

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vásquez-Erazo

<http://dx.doi.org/10.35381/i.p.v4i1.1896>

La responsabilidad social empresarial desde la percepción de los empleados

The corporate social responsibility as perceived by the employees

Silvia Verónica Cabrera-Segarra
silvia.cabrera.68@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0001-5916-7823>

Edwin Joselito Vásquez-Erazo
evasqueze@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0001-9817-6773>

Recibido: 01 de marzo 2022
Revisado: 10 de abril 2022
Aprobado: 15 de junio 2022
Publicado: 01 de julio 2022

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en uno de los términos más importantes en el mundo empresarial; no solo se enfoca en buscar el beneficio de la empresa, sino también en el cuidado de la sociedad en la que se desarrolla. La investigación tiene como propósito analizar los factores que involucra la RSE y la percepción que tienen los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel, para el desarrollo de un modelo estratégico alineado a los principios de la RSE, que cumpla con las expectativas de los grupos de interés. De tipo descriptiva. Se encontró que los colaboradores relacionan a la RSE con generar mejoras significativas en el servicio ofertado a los grupos de interés. Ante lo cual, el manejo de una mercadotecnia responsable por parte de la entidad es vital para tener un acercamiento más oportuno con la colectividad.

Descriptor: Responsabilidad social; justicia social; bienestar social. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) has become one of the most important terms in the business world; it is not only focused on seeking the benefit of the company, but also on caring for the society in which it develops. The purpose of this research is to analyze the factors involved in CSR and the perception of the employees of Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel, in order to develop a strategic model aligned with the principles of CSR that meets the expectations of stakeholders. Descriptive. It was found that employees relate CSR to generating significant improvements in the service offered to stakeholders. Therefore, the management of responsible marketing by the entity is vital for a more timely approach to the community.

Descriptors: Social responsibility; social justice; social welfare. (UNESCO Thesaurus).

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones están conscientes que, para ser competitivas, deben crear un conjunto de estrategias que les permita diferenciarse en la industria donde se desenvuelven. Sin embargo, en su afán por generar ventajas competitivas, algunas compañías suelen olvidarse de la importancia que tiene el entorno que las rodea: los consumidores, la comunidad y naturaleza (Sáenz, 2018). Desde hace varias décadas, se ha hecho popular el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), cuyos orígenes datan de inicios del año 2000, donde tomó mucha fuerza en el campo empresarial y empezó a incorporarse en la cultura corporativa de una gran cantidad de compañías, principalmente de Europa y los Estados Unidos, y posteriormente, en países de América Latina y resto del mundo (Pérez, 2018).

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se hace popular en un mundo moderno, donde los administradores tenían el enfoque de generar únicamente beneficios económicos, sin importar los efectos que eso implicase en el entorno, no es suficiente ni aceptable, debido a que las compañías han entendido que las decisiones que hoy tomen podrían tener un efecto positivo o negativo en la calidad de vida de sus colaboradores, y las comunidades donde realiza sus operaciones, pese a que la responsabilidad es inherente a la empresa, actualmente se está convirtiendo en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, donde una compañía se compromete en que sus actividades sean sustentables y sostenibles en lo económico, lo social y lo ambiental. Por tanto, se reconoce la importancia de los intereses colectivos por encima de lo individual, a fin de evitar un consumo excesivo de los recursos que comprometa el de las generaciones futuras (Cabrera, 2021).

Según (Alves, 2019), la RSE es una visión empresarial que prioriza el respeto por los individuos, basado en la moral, dando prioridad a la sociedad y confirmes valores hacia el medio ambiente, independientemente de los bienes o servicios que está proporcione. Hualla (2019), añade otros elementos a la RSE, donde afirma que estos son aplicados en organizaciones sin importar el nivel económico al que pertenece, su tamaño o su

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

nacionalidad. Además, el concepto se basa en la pirámide de la RSE, que se define como una herramienta creada para ayudar a las empresas a identificar áreas de negocio.

En Ecuador, la RSE apunta hacia un modelo estratégico de gestión para todo tipo de organizaciones, no solo empresas; sino también industrias, gobiernos, sindicatos, entre otros. Por tanto, implica un nuevo paradigma ético que enfatiza un trabajo gradual, progresivo y sostenido en el tiempo (Luque & Peñaherrera, 2021). De hecho, la Constitución del Ecuador enmarca que el sistema económico es social y solidario, y en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero (LOEPS) se establecen varios principios que son compatibles con el RSE (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2022).

Para efectos de esta investigación, el trabajo se delimitó a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel (COOPSI), la misma que forma parte del Sector Financiero Popular y Solidario y está regulada por la Superintendencia que lleva el mismo nombre (SEPS). La problemática que se manifiesta dentro de esta Cooperativa se relaciona con la falta de un plan de acción que organice y documente sus operaciones dentro de los lineamientos de la RSE. Al estar controlada o vigilada por la SEPS, por medio de este ente se emiten resoluciones que dan a conocer políticas que se enfocan al manejo de los socios y en varias de ellas hace referencia a los parámetros propuestos en la responsabilidad social empresarial, es así, que una de las causas que han derivado en el problema de investigación, tiene que ver con la falta de conocimiento acerca de la importancia de la RSE, por parte de los colaboradores en la Cooperativa, y la escasa planificación de sus operaciones, para que se encuentren enmarcadas en estos lineamientos.

Por lo tanto, el objetivo del presente estudio es analizar los factores que involucra la responsabilidad social empresarial y la percepción que tienen los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel, para el desarrollo de un modelo estratégico alineado a los principios de la RSE, que cumpla con las expectativas de los grupos de interés de esta entidad. Para lograrlo, se realiza una revisión literaria de los conceptos

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

asociados a la RSE; luego, se describe la metodología empleada para el levantamiento y análisis de los datos; con esta información se analizan los resultados y principales hallazgos donde prima la perspectiva de los colaboradores acerca de la RSE y; finalmente, se plantean las conclusiones que buscan responder al objetivo de investigación.

La relevancia de este trabajo se justifica porque empresas como la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel, podrán diseñar sus políticas de RSE con el orden de importancia que amerite su práctica económica en el país, considerando aquellas conductas que pueden darse en diferentes ámbitos, que tienen una intención orientada hacia el bienestar de todos y que se ejercen con una determinada frecuencia (Hualla, 2019). De esta manera, el disponer de un modelo de RSE le ayudaría a esta Cooperativa a ser más competitiva porque favorece el desarrollo de un mejor ambiente laboral, contribuye a un posicionamiento más alto en el mercado, y genera confianza en los grupos de interés.

Referencial teórico

Responsabilidad social empresarial y la pirámide Carroll

La responsabilidad social empresarial se originó en las décadas de 1950 y 1960 en Estados Unidos y se adoptó en Europa en la década de 1990, cuando la comisión europea utilizó el concepto para atraer a los empleadores a participar activamente en una estrategia de empleo para crear más cohesión social (Aguilera & Puerto, 2012). La responsabilidad social es una estrategia que se debe aplicar tanto en la vida como en las empresas, logrando desarrollar en las personas una ética integral; y, al formar a las personas para que puedan tener un entendimiento social, una sensibilidad ética, solidaridad social y conciencia ambiental para que al momento de iniciar cualquier actividad siempre se tome en cuenta al medio ambiente y la responsabilidad que cada persona tiene para no contaminarlo (Peña et al. 2019).

De este modo, la RSE se ha convertido en uno de los términos más importantes en el mundo empresarial; no solo se enfoca en buscar el beneficio de la empresa, sino también

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

en el cuidado de la sociedad en la que se desarrolla. La responsabilidad social empresarial ha sido reconocida durante mucho tiempo como una parte integral de la estrategia comercial de una organización que puede agregar valor y crear una ventaja competitiva (Failoc, 2019). En este contexto, la RSE es una decisión que nace de la voluntad que tengan los directivos para su implementación dentro de la organización, para esto la alta gerencia debe diseñar acciones para lograr que la sociedad y el medio ambiente pueda coexistir de una manera amigable, sin embargo, se enfatiza que estas acciones deben estar orientas a obtener un beneficio económico y social, también en atender a clientes y colaboradores, logrando productividad y mejorando las operaciones. Es así que, la RSE está determinada por los efectos que sus decisiones y actividades causan en la sociedad y el medio ambiente, esto a través de un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible y sustentable (Gutiérrez, 2022).

Por otra parte, el proceso de la responsabilidad social empresarial consiste en que los empresarios deben buscar buenas alternativas y dar soluciones para que cuando realicen alguna actividad empresarial, el medio ambiente no se vea perjudicado o contaminado (Merino, 2021). Es por eso, que la RSE es el compromiso social que tienen las empresas con el cuidado del medio ambiente y de la sociedad, de este modo se considera para que las metas de producción, la responsabilidad y el posicionamiento de marca logren el impacto correcto en la sociedad y que sus objetivos se cumplan se debe incluir planes de acción y de cumplimiento que favorezcan en gran manera al medio ambiente y a la sociedad (Beltrán, 2022).

Ahora bien, de acuerdo a la Pirámide de Carroll, teoría fue conceptualizada por Archie B. Carroll en el año 1991, el mismo que propone que la responsabilidad social es de cuatro tipos: económicas, legales, éticas y discrecionales, las empresas para relacionarse con la RSE deben aplicar los cuatro tipos de responsabilidades y según el orden de importancia, como lo manifiesta en su propuesta de Pirámide de Carroll (Mozas & Puentes, 2010). Con lo indicado, se presenta en la figura 1.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

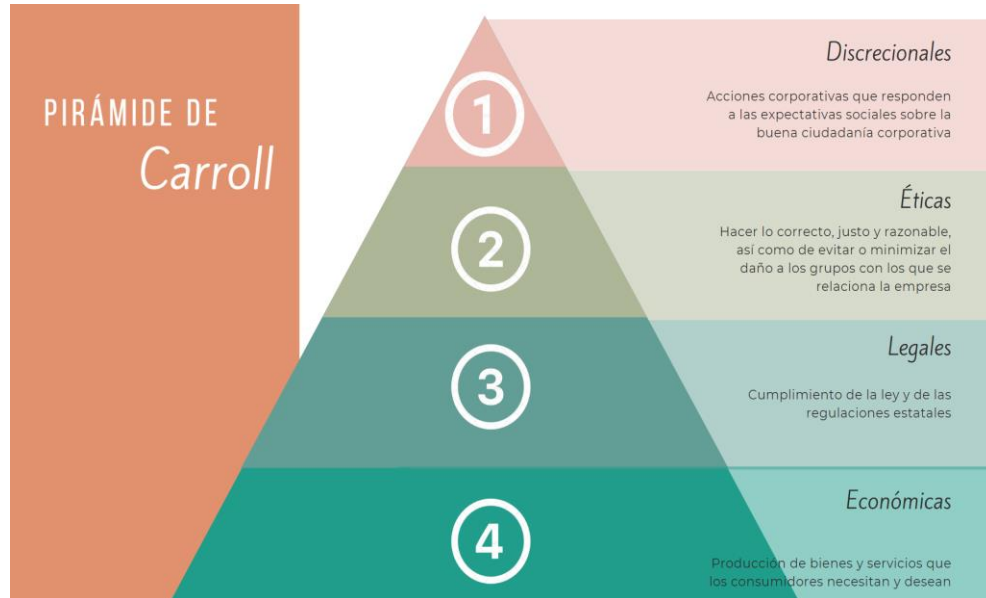


Figura 1. Pirámide de Carroll.
Fuente: Adaptado de Mozas & Puentes (2010).

De esta manera, para que una empresa cumpla con la responsabilidad social debe cumplir primero la del nivel anterior y según Carroll menciona que hay responsabilidades que son la base de la pirámide para poder apoyar a los otros, en la tabla 1 se detallan en el orden de acuerdo al autor:

Tabla 1.
 Responsabilidades de pirámide de Carroll.

Responsabilidades	Descripción
Responsabilidades económicas	Es la base de la pirámide, se dan por como la empresa crea los beneficios para la empresa, ya sea a través de la producción y distribución de los bienes y servicios que ofrezca para recibir un beneficio económico aceptable para la empresa (Vidal, 2020).

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

Responsabilidades legales	Para que la empresa logre cumplir sus metas, objetivos y funcione de manera correcta debe cumplir con el marco legal, reglamentos y regulaciones estatales, ya sea si es una empresa local, nacional o internacional (Hualla, 2019).
Responsabilidades éticas	La empresa adopta normas y valores morales como la justicia, los derechos y el utilitarismo, y aunque es muy difícil que las empresas lo pongan en práctica, es algo que la sociedad espera que la empresa cumpla con estos estándares de desempeño impuestos por la ley (Hualla, 2019).
Responsabilidades discrecionales	La empresa debe buscar siempre tener una buena imagen corporativa; es decir, trabajar de manera voluntaria para promover el bienestar de la comunidad, la buena voluntad y el cuidado del medio ambiente, esto, a través de contribuciones económicas para el arte, educación o para la comunidad (Jiménez, 2021).

Elaboración: Los autores.

Por su parte, Gonzales & Pazmiño (2020) mencionan que los beneficios de la responsabilidad social empresarial son:

- ✓ Mejora la imagen y reputación de la empresa, puesto que, si una empresa aplica los parámetros éticos básicos como el pagar impuestos, no afectar al medio ambiente, respetar los derechos de los trabajadores se ve como una empresa socialmente responsable y tiene más clientes y un mejor desempeño económico.
- ✓ Reduce los costos de producción, ya que puede realizar la venta de los residuos reciclables y tener beneficios económicos. Si se maneja bien al personal y se lo incentiva de una buena manera, hay menor índice de ausentismo y rotación del personal, causando un aumento en la productividad de la empresa.
- ✓ Favorece la manera en la que se recluta al personal y se obtiene mejores empleados porque sabe reconocer que si invierte en el capital humano tendrá mayor productividad.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

- ✓ Fortalece la lealtad de los clientes y mejora la relación con la comunidad, ya que la comunidad y las ONG han presionado en cuando a las iniciativas mundiales para que las empresas sean más responsables con el medio ambiente y al tener empresas que cumplan con esta característica los clientes se vuelven más fieles a estas empresas.

Las decisiones que estén a favor de promover la RSE siempre aportarán una gran cantidad de mejoras en lo que respecta al funcionamiento óptimo de la empresa y el nivel de satisfacción del empleado, relaciones tanto internas como externas de los involucrados en las interacciones de las actividades de la misma que tendrá un peso retributivo en la sociedad. Los beneficios de la RSE dependerán de las gestiones, las cuales se generen a partir de los procesos interdependientes entre las decisiones de los directivos y el impacto positivo que afecten a los trabajadores, colaboradores, y afines de la organización, estos les darán una mayor ventaja con respecto a empresas que no toman en cuenta estos parámetros, la magnitud de sus beneficios se verá proporcionalmente relacionada con los campos en los cuales se genere mayor interés, estos se podrían simplificar en tres, los cuales son beneficios económicos, sociales y ambientales (Martin, 2021).

De acuerdo con Cervantes (2019), los beneficios no deben ser exclusivamente la remuneración de la empresa por encima de los intereses de los que lo rodean, el objetivo de la RSE es que se genere un equilibrio en el cual la organización retribuya de manera ética con una gratificación de beneficios a la sociedad, en la cual aumente su valor y el nivel de interdependencia entre ambos. Otros beneficios son mencionados por Menco (2019), asociados a la responsabilidad social empresarial, señalando que es un elemento útil y eficaz para mejorar notablemente el modelo productivo de una empresa o compañía; ya que, toma en consideración los criterios de eficiencia, sostenibilidad y prosperidad, adicionando el valor de la diversidad, igualdad de oportunidades, respeto, tolerancia y valoración.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vásquez-Erazo

Factores de la responsabilidad social empresarial y los stakeholders

Según Peña et al. (2019), menciona que existen ciertos factores para la responsabilidad social empresarial, mismos que se detallan a continuación en la figura 2:

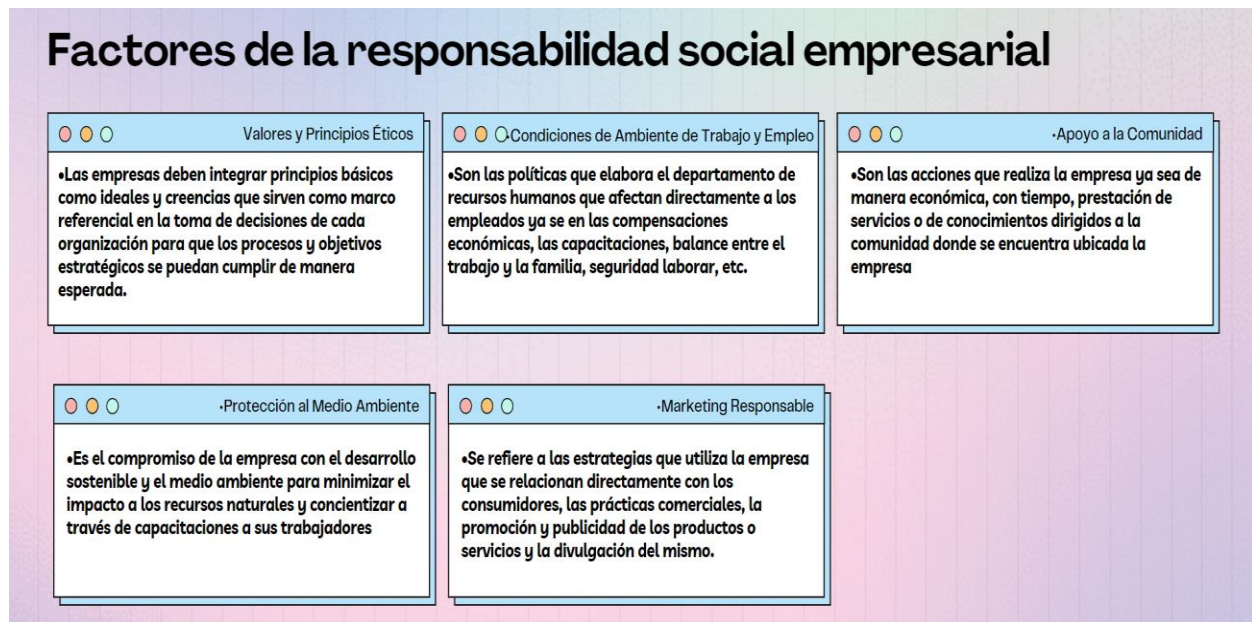


Figura 2. Factores de la responsabilidad social empresarial

Fuente: Adaptado de Peña et al. (2019).

Es así, con lo cual los stakeholders son los grupos que se ven afectados o que pueden ser afectados cuando las empresas logren cumplir con sus propósitos organizacionales, su resultado puede ser primario o internos que son indispensables para que la empresa pueda sobrevivir; y los instrumentales que son los que se encuentran en el exterior de la empresa, que afectan directamente con el resultado primario.

Sin embargo, las partes interesadas son: los inversionistas, socios, empleados, clientes, proveedores y comunidades relacionadas con lo cual las empresas deben operar en beneficio de todos para tener un mejor desempeño, considerando al grupo de interés los empleados, para analizar la RSE. En tal virtud, la responsabilidad social empresarial y la

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

gestión de los stakeholders tienen un vínculo directo, ya que, si no se da la importancia necesaria de las expectativas y de las necesidades en el desarrollo de la actividad económica de cada empresa, no podrán obtener los resultados esperados (Vera et al. 2018).

El cooperativismo y la responsabilidad social cooperativista

El cooperativismo proviene del latín cum (con) y opérate (trabajar), lo cual traducido e interpretado de la mejor forma es trabajo en equipo, desde esta afirmación han nacido varias teorías, modelos, movimientos, los cuales tiene un mismo objetivo, trabajar el uno por el bienestar del otro o trabajar el grupo por el bien de los integrantes (Guambo, 2018). La primera cooperativa de la cual se tiene registros históricos se originó en Inglaterra, contó con 28 personas (socios) a quienes no les alcanzaba sus salarios porque estos eran muy bajos, cuando este grupo de personas trataron de buscar mejores condiciones, sus patrones los reprimieron de forma muy agresiva, esto no detuvo al grupo y decidieron establecer un monto de ahorro para solventar sus necesidades en caso de requerirlo, mientras pasaba el tiempo el número de socios crecía y el dinero recaudado era mayor mes a mes, facilitando la inversión y dando así los primeros conceptos de cooperativismo (Arochena, 2018). Según Arcos (2020), la cooperativa debe tener los siguientes principios de acuerdo a lo establecido en la tabla 2:

Tabla 2.
Principios del Cooperativismo.

Principio	Característica
Primer principio, adhesión voluntaria y abierta para todos	Personas que tengan voluntad de pertenecer a la cooperativa, según la actividad económica de esta.
Segundo principio, control democrático de los miembros	Están conformadas y controladas por sus miembros

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

Tercer principio, la participación económica de los miembros	Los socios participación equitativa en el capital que aportan, y tienen similar derecho de controlarlo
Cuarto principio, autonomía e independencia	Los socios velan por el control, depuración de procesos y evitan que otras instituciones actúen sobre estas.
Quinto principio, educación, entrenamiento e información	Están obligadas a brindar capacitaciones a sus socios
Sexto principio, cooperación entre cooperativas	Parte del trabajo en equipo, en donde todos participan de forma conjunta para alcanzar los objetivos personales y grupales.
Séptimo principio, compromiso con la comunidad	Vela por crear políticas que beneficien a la sociedad y busca que esta tenga una participación conjunta.

Fuente: Adaptado de Arcos (2020).

El Libro Verde de la Comunidad Europea muestra la importancia de alcanzar resultados económicos, sociales y ambientales para cada empresa sobre la base de una gestión responsable en la que se conjugue: ambiente, comunidad, y empresa. El cooperativismo se basa en las responsabilidades éticas y morales asumidas de forma voluntaria por la organización, donde se busca satisfacer una necesidad, reparar daños que se puedan causar y velar por el cuidado de los bienes o patrimonio puesto en manos de la administración (Hernández, 2018).

Las cooperativas son las organizaciones vinculadas a la económica popular y solidaria, por esta razón su filosofía empresarial está alineada a la responsabilidad social, donde sus principales valores son: la ética, honestidad, transparencia, responsabilidad y el principal es pensar en los demás: socios, comunidad, medio ambiente (Marqués, 2021). En este orden de ideas, nació el concepto de responsabilidad social cooperativa RSCoop, teniendo implícito el respeto a estos principios éticos, en donde la organización

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

(cooperativa) llega a la comunidad y mejora su calidad de vida dando dignidad humana a sus socios y a las comunidades en donde llega a tener presencia (Humala, 2020).

MÉTODO

La presente investigación se basó en un diseño de tipo descriptiva con diseño no experimental, en donde se analizaron las variables de la investigación por medio del tratamiento estadístico de los datos recolectados, la investigación es de corte transversal, aquí los datos fueron recolectados en una ocasión y luego procesados para crear tablas y gráficos que permitan establecer un análisis coherente y estudio de cada variable de la investigación.

Por esta razón se caracterizó la perspectiva actual de los colaboradores y el origen de esta en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel, estableciendo lo más relevante respecto a la responsabilidad social empresarial. d) analítico-sintético permitió reflexionar sobre la realidad actual de la problemática, para luego integrarlas a las teorías existentes, luego de establecer la situación de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel, se buscaron las causas para que tengan esta percepción, estas se acompañaran de explicaciones y conclusiones para enriquecer la teoría, también se realizó una propuesta y esta no fue de aplicación inmediata, por esta razón es no experimental, más bien se enfocará en estudiar el problema para exponer el conocimiento que se ha alcanzado luego de sus análisis.

La técnica usada fue la encuesta, esta se aplicó a los colaboradores de la cooperativa y sirvió para recolectar datos que luego fueron analizados. Se empleó como instrumento el cuestionario, el cual permitió recoger información de manera organizada y estandarizada (García, 2018).

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vásquez-Erazo

Universo y muestra

La población es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características (Herrera et al. 2004). En este caso, la encuesta se realizó a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel que cuenta con un total de 44 empleados. En este caso, por tratarse de una población accesible, no se realizó el cálculo de una muestra para el levantamiento de datos, sino que se realizó un censo que implica que toda la población participó en la aplicación de las encuestas y, como tal, se disponen de datos más confiables porque reflejan la opinión de todo el personal y no de un grupo en particular.

TRATAMIENTO MUESTRAL

Los datos recolectados deben ser tratados de tal manera que permitan relacionar las variables (Herrera et al. 2004), por medio de un formulario de Google se realizó la encuesta compuesta de 17 preguntas, que fue aplicada a los cuarenta y cuatro colaboradores, donde se alimentó una base de datos, esta base fue descargada en formato Excel y sirvió como insumo para hacer las tablas y gráficos de frecuencia y posteriormente su análisis e interpretación de resultados.

RESULTADOS

Una vez contestada todas las encuestas se efectuó el análisis pertinente, especificando las preguntas con sus variables y agrupando las similares, así también, los resultados se encuentran realizados en gráficos para una mejor interpretación.

En la Figura 3 se muestra el rango de edad y los cargos que tienen los colaboradores encuestados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel, se puede determinar que la mayor parte de colaboradores está en el área de negocio, es decir, la cooperativa hace esfuerzos para alcanzar a colocar y captar (pólizas) la mayor cantidad de créditos y alcanzar indicadores positivos en relación con la recepción de efectivo.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

Según (Luque & Peñaherrera, 2021), las organizaciones deben contextualizarse en función a las necesidades de las comunidades sociales, sin descuidar los apartados legales en los cuales debe regirse. En el caso particular de las cooperativas de ahorro y crédito deben promover espacios de vinculación entre las empresas, sindicatos, comunidad en general y el Estado, para coexistir en un ambiente dinámico. Se puede afirmar entonces que, la cantidad de empleados que la COOPSI tiene en el área de negocio obedecen a la necesidad que tiene el mercado objetivo en el que se enfoca la organización.

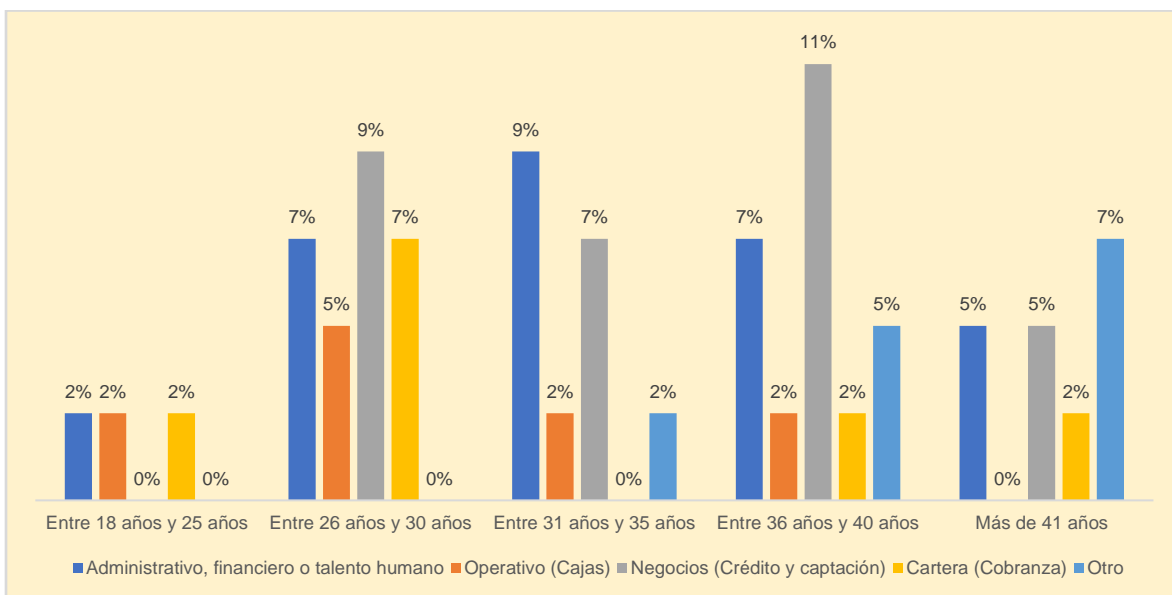


Figura 3. Edad y cargo de los colaboradores.

Elaboración: Los autores.

Por otra parte, según datos recopilados el 40% de empleados trabaja más de 5 años en la organización, apenas el 18% es personal que esta menos de un año en la empresa, el 42% ya ha pasado de un año y esta menos de 5 años, estas afirmaciones se prestan para suponer que la organización presenta un plan de carrera para sus colaboradores y

que estos al trabajar en la empresa tiene aspiraciones de crecer profesionalmente. Luego del paso de la pandemia por el Ecuador, los indicadores de rotación de personal sufrieron un incremento significativo llegando al 17%, este asociado a la edad de los colaboradores y el tiempo de servicio en la empresa, se afirma que, cuando una persona pasa de un año en la organización es porque busca hacer carrera en la organización y el ambiente laboral es saludable y las personas se sienten bien en la empresa (Giraudier, 2018).

La Figura 4 presenta los resultados relacionados con el conocimiento que tiene los colaboradores con relación al concepto de las RSE, Ceballos (2020), afirma que es responsabilidad de las organizaciones, realizar planes de capacitaciones que aborden las principales políticas, manuales, etcétera. Con la finalidad de mejorar el clima organizacional, imagen corporativa, para de esta manera posicionarse en el mercado local o nacional. Esto se relaciona con los resultados obtenidos en donde los colaboradores de la organización creen que se debería reforzar la Educación y capacitación (53%), sin dejar de lado la motivación y participación que debe tener la cooperativa (27%) y el aporte económico (11%), los encuestados dan menor importancia a la integración familiar (2%) y a la salud y bienestar (7%).

El concepto de responsabilidad social empresarial ha evolucionado a lo largo de los años, donde varios autores coinciden al conceptualizarlo como compromiso que busca el bienestar de todos los grupos de interés que se relacionan con el giro del negocio (Pérez, 2018). Los resultados analizados, los colaboradores respondieron que el concepto de RSE es generar mejoras en las condiciones de la comunidad, también existe grupos que piensan que es contribuir con la sociedad.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

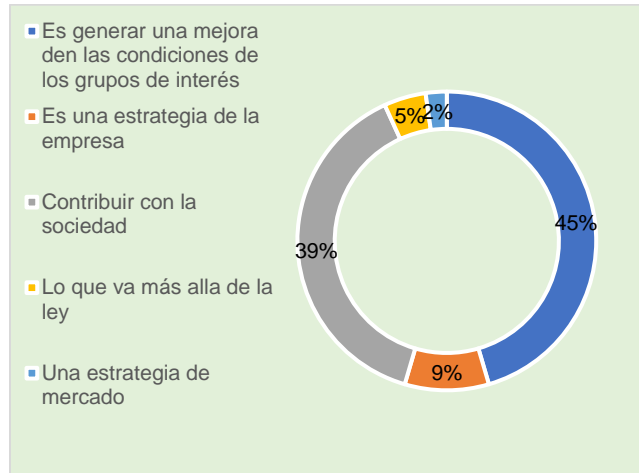


Figura 4. Conocimiento de las RSE.
Elaboración: Los autores.

La Figura 5 muestra el enfoque se debería tener la RSE en la Cooperativa, dando mucha importancia a la comunidad o la sociedad, en la pirámide de Carroll las responsabilidades sociales o filantrópicas están en el nivel superior, puesto que la organización debe destinar recursos para mejorar la calidad de vida de las personas en donde se realiza la actividad económica. En segundo lugar, la pirámide ubica a las responsabilidades éticas, las cuales están relacionadas directamente con normas éticas y morales que se espera de los trabajadores, cuando estos cumplen con su trabajo (Hurtado, 2021). Según los datos recolectados, los colaboradores creen que la RSE debería estar enfocado en la comunidad, trabajadores, medio ambiente y consumidores o clientes de la cooperativa.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo



Figura 5. Enfoque de las RSE.
Elaboración: Los autores.

Por lo antes mencionado, se puede afirmar que los empleados están de acuerdo y se prestan colaboradores para implementar acciones relacionadas con la RSE, de ahí que el 89% de encuestados afirma que la cooperativa debe realizar actividades concernientes a la RSE, pues las consideran muy importantes, el 11% las considera importantes. Es conveniente subrayar que los encuestados menciona se debe implementar la RSE, porque, es un asunto de principios, un deber ético, otros colaboradores sostiene que al implementar la RSE representara beneficios (económicos) para la organización y también es una forma de responder a las demandas de la comunidad en donde se encuentra la COOPSI.

Al preguntar a los colaboradores sobre los valores y principios organizacionales, el 64% afirma que conoce estos, el 30% tiene un poco menos de conocimiento y apenas el 6% no los conoce a profundidad, es decir, hace falta un plan de divulgación de la filosofía organizacional en la que se basa la cooperativa de ahorro y crédito.

En la Figura 6 se presenta la relación que existe entre las políticas que implementa el departamento de RRHH, esta relaciona tres aspectos que son: remuneración, capacitación y seguridad laboral, las respuestas son de opción múltiple según la escala de Likert.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

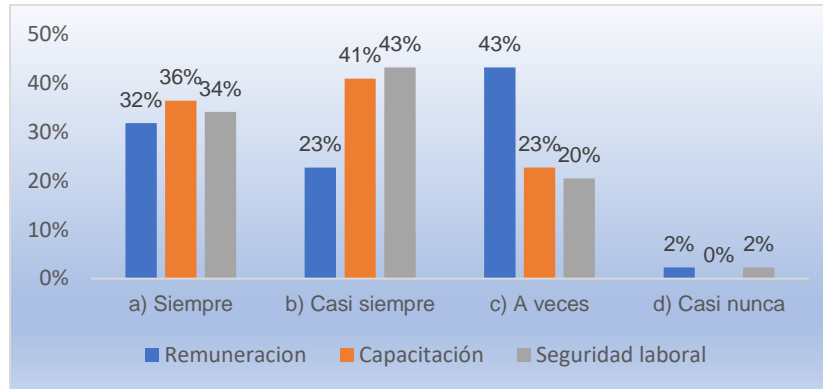


Figura 6. Relación entre las políticas de RRHH.

Elaboración: Los autores.

La remuneración es el valor económico que la empresa cancela a sus empleados a cambio del trabajo realizado, según la Ley Humanitaria y reactivación económica que entró en vigencia cuando llegó el Covid-19 al Ecuador, donde las empresas podían reducir la jornada laboral de sus colaboradores, esto sería proporcional a la remuneración entregada (reducción de trabajo= reducción de remuneración), en otros casos, existen cargos dentro de las empresas cuya remuneración es variable, es decir, una parte se mantiene fija y otra parte depende de los resultados (ventas alcanzadas), en cualquiera de los casos las remuneraciones se vieron afectadas, ya sea por falta de ventas o por falta de presupuesto para mantener los cargos (Vallejo, 2020).

Por estas razones, existe un alto porcentaje de colaboradores que sostiene que las políticas implementadas por RRHH, a veces resultan efectivas, ya que una gran parte de los empleados están en el área de negocio y estos colaboradores se vieron afectados al no poder cumplir sus metas. La capacitación son todas las actividades que realiza una empresa, estas buscan generar conocimiento, mejorar una habilidad, cambiar una conducta; todo esto con el objetivo de mejorar la productividad, cambiar o mantener el clima laboral, posicionarse de mejor forma en el mercado, cambiar o mejorar la imagen corporativa.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

En cuanto a la seguridad laboral, la COOPSI ha considerado y replanteado el factor biológico en las instalaciones, esto nació a raíz de la gran escalada de contagios que provocó la Covid-19, ya que por resolución se obligó a implementar medidas de bioseguridad tanto para empleados y clientes, limitando el uso de los espacios. Esto provocó que varios colaboradores presenten enfermedades de carácter emocional o psicológico, también existieron los colaboradores que se contagiaron, perdieron a familiares cercanos, etcétera.

La cooperativa activó los protocolos sugeridos por el Estado y por la Organización Mundial de la Salud- OMS, dotó de mascarillas, trajes de bioseguridad, alcohol, y otros implementos útiles para que los empleados puedan cumplir con su trabajo, esto sin descuidar otros parámetros que encierra la seguridad laboral, como es las sillas, iluminación, pausas activas, días de descanso, entre otros. En la Figura 7 se puede identificar que el trabajo realizado por los empleados de la COOPSI tiene relevancia en cuatro aspectos: el familiar, en la comunidad, medio ambiente y en el marketing responsable.

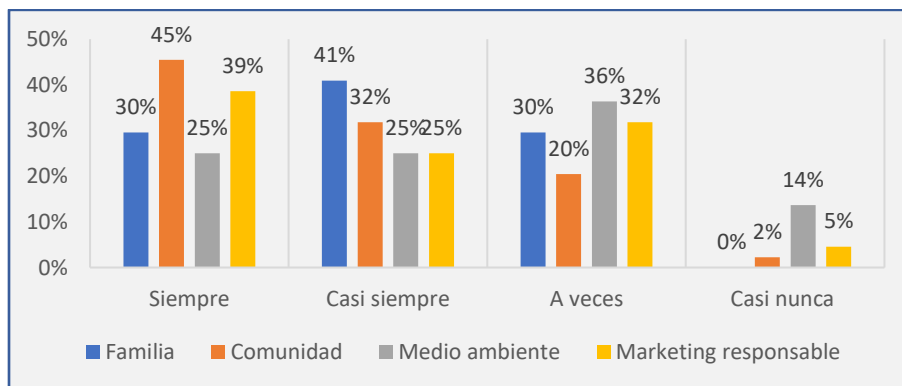


Figura 7. Relación entre la influencia del trabajo.
Elaboración: Los autores.

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

En cuanto a la familia y la relación con el trabajo, Sheen (2017) afirma que los colaboradores de una organización deben sentir de una forma clara y concreta los beneficios familiares que la empresa oferta, donde los colaboradores observaran las acciones que emprende la organización que benefician a sus familias, la suma de estos componentes hará que los empleados sientan el apego hacia la empresa y busque cumplir las metas propuestas, esto al considerar que su familia está protegida por las acciones que emprende la organización.

Los programas realizados por la COOPSI en la comunidad han hecho que los empleados sientan que su trabajo siempre es relevante, por el giro del negocio de la cooperativa esta interviene en varios aspectos comunitarios. En los últimos años, los factores ambientales han sido considerados por las organizaciones como, uno de los ejes principales en su giro de negocio, antiguamente, se pensaba que las empresas productoras debían ser las encargadas de realizar campañas o programas medio ambientales, hoy, luego de diferentes análisis se ha concluido que las empresas sin importar que sea de servicios pueden y hasta debe realizar planes de intervención ambiental, estas acciones pueden ir desde programas de reforestación, propuestas de limpieza, planes de reciclaje o benéficos adicionales, y otras acciones que requieren mayor presupuesto (Esquivel, 2015).

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

PROPUESTA

A partir de los resultados abordados en la sección anterior, es importante comprender que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel requiere de una propuesta de responsabilidad social empresarial enfocada en los siguientes elementos:



Figura 8. Propuesta de Modelo Estratégico de la RSE.

Elaboración: Los autores.

En este contexto, los componentes de la RSE para esta entidad se describen de la siguiente manera:

Ética Empresarial: Este componente es muy importante porque como entidad financiera del sector económico popular y solidario, debe proyectar una imagen de respeto ante la comunidad y sobre todo de compromiso en la reducción de riesgos financieros, bajo las normativas legales ecuatorianas, en favor de proteger la confidencialidad de la información financiera de los socios, a través de una práctica de sigilo bancario que evite la difusión y mal uso de sus datos personales. En este aspecto, también se debe combatir todo tipo de práctica de corrupción o posibles coimas que pudieran suscitarse o presión por parte de los criminales para salvaguardar la integridad física del personal.

Calidad de vida: Dentro de la cooperativa es evidente que las personas no tienen muy claro el enfoque de la RSE, y como tal no se ha fomentado un compromiso para mejorar la competitividad y productividad de la organización; por tanto, como parte del sector

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

económico popular y solidario, esta cooperativa debe fomentar prácticas del buen vivir en la comunidad de clientes, y también en sus colaboradores a través de la reducción de accidentes que pudieran suscitarse, y ofreciéndoles facilidades para adquirir beneficios tales como: seguros de vida, atención médica, entre otros.

Medio ambiente: Aunque la entidad no genera mayor impacto ambiental, debido a su actividad económica, aun así, puede aportar al cuidado del mismo a través del ahorro de materiales como papelería y suministros de oficina, mediante la ejecución de procesos ordenados y el ahorro de consumo de energía eléctrica, agua y mejorar la gestión de los residuos o desechos que generan sus colaboradores como parte de la actividad.

Vinculación con la comunidad: Se considera como uno de los factores más relevantes y valorados dentro de los resultados de la encuesta y es vital fortalecerlo porque la cooperativa debe proyectar ese compromiso por impulsar el desarrollo de la comunidad a la que está enfocada, a través de la entrega de líneas de crédito que sean capaces de ayudarlos a realizar proyectos de inversión, financiar capital de trabajo y demás aspectos que impulsen su actividad económica particular.

Mercadotecnia responsable: Finalmente, la cooperativa debe fortalecer su imagen a través del valor de la marca COOPSI, como una entidad que inspira confianza en los socios y es capaz de convertirse en ese apoyo que tanto necesitan para cristalizar sus proyectos. Esto a futuro será favorable para mejorar el volumen de socios de la institución y aportar a un crecimiento financiero sostenible y responsable.

CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial es un concepto que, pese a estar implícito dentro de las operaciones de las empresas, parecía no estar del todo claro por las organizaciones del siglo XX, dado que su enfoque original era vender y obtener beneficios económicos a como diera lugar. Sin embargo, a inicios del siglo XXI esta situación comienza a dar un giro y los empresarios modernos entienden que la competitividad de sus compañías no puede estar basadas únicamente en el lucro económico, sino que hay

que considerar las afectaciones que esto trae consigo en el campo social, económico y ambiental.

En este contexto, los fundamentos teóricos de la responsabilidad social empresarial se plantean como un modelo estratégico que genera un compromiso de las organizaciones con la sociedad, a fin de llevar a cabo procesos operativos que no consuman los recursos de las generaciones futuras, y así proponer un ambiente de sostenibilidad en el largo plazo. Por esta razón, para entender qué percepción existe sobre la RSE, dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Isabel, se determinó que el 45% creen que es generar mejoras significativas en el servicio ofertado a los grupos de interés.

Los colaboradores consideran que, dentro de la Cooperativa, no hay una planificación adecuada de los procesos que se enmarquen con los principios de la RSE, por esta razón, sugieren el diseño de un manual que se enfoque en la comunidad principalmente, seguido por los trabajadores; como los principales grupos de interés a satisfacer. En este último aspecto, los colaboradores consideran que, si mejoran las condiciones laborales, y se distribuyen las funciones de forma equilibrada, donde no se afecte su vida personal y familiar, ya se estaría generando un cambio positivo que los motive a comprometerse a mejorar la imagen de la compañía frente al mercado.

En este sentido, el modelo estratégico de RSE que se propuso para la Cooperativa objeto de estudio se desagregó en cinco elementos claves: en el desarrollo de una ética empresarial; acciones que mejoren la calidad de vida, tanto de la comunidad, como de los colaboradores; acciones que demanden un control del impacto ambiental que se pudiera generar en la gestión de suministros, energías y otros aspectos relativos a la organización; campañas de concienciación que permitan una vinculación con la comunidad y también los motive a mejorar sus capacidades intelectuales; y finalmente, el manejo de una mercadotecnia responsable, que se comunique de forma precisa y clara los fines que persigue la institución y su rol dentro de la comunidad, como una entidad financiera que sirve como mecanismo de desarrollo económico para la cristalización de

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

diferentes proyectos, en el sector rural y comunitario, que es donde la Cooperativa se desenvuelve con mayor frecuencia.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la Unidad Académica de Posgrados de la Universidad Católica de Cuenca por el apoyo permanente a los procesos investigativos

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Aguilera, A. & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26.
- Alves, J. (2019). Diseño de indicadores de responsabilidad social empresarial (RSE) para la materia trabajadores del sector clínicas veterinarias en el Uruguay. <https://hdl.handle.net/20.500.12008/25009>
- Arcos, F. R. (2020). La responsabilidad social corporativa en la imagen de marca empresarial. Análisis de empresas bananeras de la provincia de Los Ríos Ecuador. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31124>
- Arochena, F. L. (2018). Normativa internacional contra la explotación humana y laboral en el trabajo doméstico: la ONU y la OIT. *Lan harremanak* (39), 152-187. <https://addi.ehu.es/handle/10810/44686>
- Beltrán, L. (2022). Análisis de la responsabilidad social empresarial frente a la competitividad en el sector florícola. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/12090>
- Cabrera, R. (2021). La responsabilidad social corporativa en el desarrollo sostenible: Una comparación entre Ecuador y España con énfasis en el enfoque medioambiental.

- Ceballos, F. (2020). Estrategias adecuadas al uso de la certificación Fairtrade para mejorar el clima organizacional en CI Banafrut. <http://hdl.handle.net/11407/6371>
- Cervantes, A. (2019). La mutualidad como mecanismo de garantía del riesgo deportivo en la globalización. <http://riaa.uaem.mx/handle/20.500.12055/909>
- Esquivel, L. (2015). 1er. Congreso sobre patrimonio gastronómico y turismo cultural en América Latina y el Caribe. <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/427>
- Failoc, D. (2019). Responsabilidad social en el Perú: problemas y alternativas. *Rev. SSIAS*, 12(1), 1-11. Obtenido de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/SSIAS/article/view/1148/976>
- Giraudier, M. (2018). Cómo gestionar el clima laboral. Manuel Giraudier.
- González, M., & Pazmiño, N. (2020). La responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional en la empresa ISABA, Manta Manabí-Ecuador. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1265>
- Guambo, A. W. (2018). Responsabilidad Social como ventaja competitiva para el sector de las empresas familiares de la provincia de Tungurahua. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28868>
- Gutiérrez, R. (2022). Responsabilidad social empresarial en las Pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena año 2021. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6892>
- Hernández, N. B. (2018). Gestión empresarial y posmodernidad. Infinite Study.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). Tutoría de la investigación Científica. Ambato: Gráficas Corona.
- Hualla, M. A. (2019). Modelo de gestión de responsabilidad social empresarial en empresas microfinancieras, caso: Anónimas. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8685>
- Humala, H. J., & Humala, J. B. (2020). La Responsabilidad Social Corporativa: factores específicos en la reputación de la empresa cuencana. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 51, 109–128. <https://doi.org/10.15198/seeci.2020.51.109-128>

- Hurtado, S. L. (2021). Análisis del estado de responsabilidad social empresarial de la organización IE grupo durante el periodo 2018-2019. Obtenido de <https://n9.cl/xj8kp>
- Jiménez, M. (2021). La Responsabilidad Social Empresarial en la era del Pacto Global: el desarrollo a través de la empresa privada. <http://hdl.handle.net/1992/50846>
- Luque, A., & Peñaherrera, J. (2021). Cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador: el desafío de ser cooperativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 138, 1-17. doi:dx.doi.org/ [10.5209/REVE.73870](https://doi.org/10.5209/REVE.73870)
- Luque, A., & Peñaherrera, J. (2021). Cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador: el desafío de ser cooperativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 138, e73870. <https://doi.org/10.5209/reve.73870>
- Marqués, R. B. (2021). La relación entre la implementación de la norma ISO 14001 y el desempeño financiero de las empresas cotizadas en el mercado de capitales español y portugués. Obtenido de <https://n9.cl/ztc63>
- Martin, C. (2021). Proyecto de Responsabilidad Social Empresarial RSE para la empresa IPB-International Professional Brands SAS. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/40932>
- Menco, W. (2019). Análisis de los beneficios sociales y ambientales generados por las estrategias de sostenibilidad implementadas por las grandes empresas del sector Minero. Energético de la ciudad de Barranquilla. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/3571>
- Merino, C. J. (2021). Evaluación de los daños al ambiente por incumplimiento del personal en los procedimientos de trabajo en obras de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/82182>
- Mozas, A., & Puentes, R. (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *Revesco* (103), 75-100. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/367/36715601004.pdf>
- Peña, M. J., Vallejo, J. B., Malla, F. Y., & Sarmiento, G. d. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y las organizaciones financieras de la Economía Popular y Solidaria. *YACHANA. Revista Científica*, 8(2), 39-51. Obtenido de <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/597/340>

Silvia Verónica Cabrera-Segarra; Edwin Joselito Vázquez-Erazo

- Pérez, B. C. (2018). Responsabilidad social corporativa y su aplicación a una empresa. Caso de Estudio: Pago de Carraovejas. (D. Á. Campos, Ed.) Valladolid: Universidad de Valladolid. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/30642>
- Sáenz, G. (2018). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y reputación de la marca: estudio de caso supermercados TÍA. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/10836/1/T-UCSG-POS-MAE-170.pdf>
- Sheen, M. (2017). La cultura organizacional y su impacto en la gestión empresarial Un acercamiento a tres compañías peruanas. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10711>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2022). Catastro Organizaciones activas Sfps. Obtenido de <https://n9.cl/lper2>
- Vallejo, L. G. (2020). Análisis de la implementación del teletrabajo en el sector privado en Ecuador: casos prácticos. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7791>
- Vidal, B. G. (2020). Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7172>
- Vera, M., Méndez, R., Vera, J., Martínez, I. (2018). Percepción de la responsabilidad social empresarial desde la óptica del grupo de interés interno (Trabajadores). *Revista Global de Negocios*, 6(5), 31-44, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3242294>