



Responsabilidad Social de las entidades financieras colombianas en tiempos de covid-19

Social Responsibility from financial entities Colombian in the age of covid-19

Esteban Carvajal

Estudiante Administración Financiera, Institución Universitaria Esumer, Semillero en Finanzas, Medellín, Colombia,
karva02@hotmail.com

Carolina Chalarca

Estudiante Administración Financiera, Institución Universitaria Esumer, Semillero en Finanzas, Medellín, Colombia,
carol1_17@hotmail.com

Robinson Arbeláez

Docente Investigador, Institución Universitaria Esumer, Semillero en Finanzas, Medellín, Colombia
robinson.arbelaez@esumer.edu.co

Eduardo Duque-Grisales

Docente, Institución Universitaria Esumer, Grupo GIDE, Medellín, Colombia,
eduardo.duque@esumer.edu.co

(Recibido el 003-12-2020. Aprobado el 29-12-2020)

Resumen – La responsabilidad social empresarial (RSE) ha evolucionado y transformado las formas de relacionarse entre las empresas y la sociedad, con el fin de lograr soluciones y atenciones integrales tanto a las necesidades como problemas sociales. Partiendo de esta realidad, el presente estudio tiene como objetivo identificar, analizar y describir las estrategias y acciones implementadas por el sector financiero colombiano durante la pandemia del COVID-19 como agente transformador de la sociedad. Para ello, se realizó un estudio de matrices de priorización en donde se valoran las acciones y estrategias implementadas por parte de las entidades financieras, antes y durante la pandemia del COVID-19. Adicionalmente, se realizó un análisis de la percepción de 104 usuarios del sistema financiero con el fin de contrastar los resultados. De esta manera, se concluye que existe una evidente desinformación, confusión y carencia de integralidad a las estrategias de RSE implementadas por los bancos en Colombia. De igual forma, se identifican implementaciones y estrategias bancarias con un alto impacto social esperado, que se proyectan con importantes efectos en la sostenibilidad y la reorganización del desarrollo industrial.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), grupos de interés, sector bancario, COVID-19

Abstract – Corporate Social Responsibility (CSR) has evolved and transformed the ways of relating between companies and society to achieve comprehensive solutions and attention to community needs and problems. Based on this reality, this study aims to identify, analyze, and describe the strategies and actions implemented by the Colombian financial sector during the COVID-19 pandemic as a transforming agent of society. The research involves a study of prioritization matrices where the actions and strategies implemented by financial entities are valued before and during the COVID-19 pandemic. Additionally, an analysis of the perception of 104 financial system users was carried out to contrast the results. In this way, it is concluded that there is evident misinformation, confusion, and lack of comprehensiveness to the CSR strategies implemented by banks in Colombia. In the same way, this work identifies bank implementations and strategies focusing on ambitious social impact, with a projected significant effect on the sustainability and reorganization of industrial development.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), stakeholders, banking sector, COVID-19.

Citar como:

E. Carvajal; C. Chalarca, R. Arbeláez; E. Duque. “Responsabilidad Social de las entidades financieras colombianas en tiempos de covid-19” Revista CINTEX, Vol. 25(2), pp. 51-67. 2020.

1 INTRODUCCIÓN

La dinámica y el desarrollo empresarial han involucrado una serie de componentes transversales al ejercicio operativo de las organizaciones. La ejecución de cualquier actividad económica en el presente requiere una serie de compromisos, actuaciones y responsabilidades que sobrepasan los límites internos de las empresas e integran el desarrollo de las sociedades de manera directa y funcional [1]. Por lo tanto, han tomado una gran trascendencia las conductas de responsabilidad social; las cuales involucran prácticas voluntarias encaminadas a satisfacer las necesidades de los diferentes grupos de interés, además de buscar un desarrollo sostenible y una calidad de vida para quienes tengan algún interés en la compañía [2].

El fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha originado una problemática para las empresas por sus exigencias en redirección estratégica y administrativa al interior de las organizaciones a nivel global; impactando la creación y desarrollo empresarial a nivel mundial y las actividades económicas de las cuales se derivan sus recursos [3]. Al día de hoy, la variable de responsabilidad social y desarrollo sostenible tiene una connotación influyente en la decisión de compra del cliente y las empresas que no estén alineadas con este enfoque demandado por la sociedad tienden a perder poder de negociación e influencia en el mercado social, radicando en esta variable un factor de importancia ponderable e influyente para el sector financiero, dados sus valores misionales orientados a reducir la pobreza en el mundo y mejorar los niveles de calidad de vida e impulsar la prosperidad compartida de la sociedad [4].

A raíz de la crisis sanitaria del Covid-19, la cual ha impactado de manera significativa y negativa la estabilidad social con problemáticas de salubridad, déficit económico y financiero, originando de esta forma una recesión mundial, la sociedad ancla sus esperanzas en el sector financiero como transformador y desarrollador de responsabilidad social. El sector financiero es uno de los agentes llamados, en conjunto con los gobiernos nacionales, a tomar el protagonismo durante y después de la pandemia con el objetivo de estabilizar y originar nuevas condiciones de vida y desarrollo de políticas sociales que integren y atiendan las necesidades generales de los territorios y las demandas del planeta en cuanto a responsabilidad social, desarrollo y preservación ambiental y la instauración de un futuro promisorio para todas las especies que comparten este mundo en sociedad.

En relación a las expectativas que ha generado la pandemia del covid-19 y el papel ejecutorio y estabilizador de la banca a nivel mundial y en específico en Colombia, se formuló y desarrollo una investigación la cual tiene como objetivo central identificar, analizar y describir las estrategias y acciones implementadas por el sector financiero colombiano durante la pandemia del Covid-19, como agente transformador de la sociedad, para lo cual se ejecutó un rastreo bibliográfico y teórico de los desarrollos e intervenciones denominadas responsables a lo largo de la historia por parte de las empresas en los diferentes ciclos y desarrollos sociales. Validando de esta manera los cuatro enfoques teóricos sobre Responsabilidad Social Empresarial, que se han establecido a lo largo de la historia, que son definidas como teorías instrumentales, integradoras, teorías de carácter político y teorías sobre la ética y la moral en los negocios; las cuales son revalidadas por entidades como la ONU, el Banco Mundial y FMI.

Finalmente, el estudio logra establecer el asertividad de las estrategias y mecanismos implementados por las entidades financieras en Colombia y su impacto en las necesidades demandadas por la sociedad durante la pandemia del covid-19, a través de la implementación de diferentes recursos metodológicos que recogen y evalúan la actividad socialmente responsable del sector financiero ante las necesidades de los diferentes sectores sociales de la población colombiana.

2 MARCO DE REFERENCIA

2.1 Responsabilidad social empresarial

La RSE ha tomado un papel protagónico en la actualidad académica y empresarial. Según [5], “las crisis económicas de los últimos años han obligado a las empresas a tomar conciencia de la importancia de mantener comportamientos éticos para fortalecer la gestión de su propia identidad, su imagen y reputación corporativa de forma transparente y confiable”, donde la comunicación y el relacionamiento responsable con los grupos de interés, hagan parte del ADN de las decisiones que se toman todos los días.

Existen diferentes enfoques desarrollados por la literatura internacional sobre RSE, que se pueden agrupar en cuatro grupos principales: teorías instrumentales, teorías integradoras, teorías de carácter político y teorías sobre la ética y la moral en los negocios. Todas estos enfoques orientados a brindar una explicación y clasificación de las actividades, acciones y estrategias desarrolladas por las empresas en la búsqueda de un triple beneficio entre sociedad, estado y empresa [6]. Desde el concepto de teorías instrumentales [7], las actividades de responsabilidad social están orientadas en la generación de riqueza corporativa interna por encima de las actividades sociales, con objetivos determinados por la generación de resultados económicos, como principio y eje angular de la interacción entre la sociedad y la empresa [8]. Desde las teorías integradoras, se hace énfasis en incluir la RSE con las demandas sociales, en cuanto a leyes, políticas

públicas, gestión económica y financiera; se establece la institucionalidad social como agente rector de la relación entre empresas y sociedades, derivando en una serie de normas y obligaciones de carácter social que las empresas deben abordar [9]

Seguidamente, se repasaron las teorías de carácter político [10], valorando la influencia social de las empresas en el desarrollo económico, cultural y evolutivo de las comunidades; finalmente, se abordaron las teorías sobre la ética y la moral de los negocios. En este bloque teórico las fuentes bibliográficas enfocan sus estudios en el establecimiento de las actividades de RSE en concordancia con la preservación de los derechos universales de todo ciudadano, como lo son el derecho al trabajo, a la dignidad, respecto al medio ambiente, a la generación de prácticas sostenibles y con foco prospectivo, accionar idóneo y equitativo y, finalmente, las acciones de correcto desarrollo y beneficio común avaladas por los enfoques teóricos [6]. Por último, los argumentos teóricos planteados por [11] manifiestan que las empresas enfrentan los lineamientos de la responsabilidad social con el fin de generar valor externo y social a largo plazo y satisfacer los intereses particulares de los inversionistas, quienes ejercen presión para maximizar beneficios internos a corto plazo.

2.1.1RSE en Latinoamérica

El Fondo Multilateral de Inversiones, miembro del Grupo BID, en mayo de 2011 presenta la publicación titulada “La Responsabilidad Social de la empresa en América Latina”, Esta publicación recoge el pensamiento de varios investigadores, sobre la evolución e implementación del concepto de RSE en el contexto Latinoamericano. De acuerdo con el estudio, Latinoamérica ha evolucionado de una tradición filantrópica hacia prácticas de RSE más específicas, dirigidas tanto al interior como al exterior de las organizaciones; sin embargo, se tiene la noción de que los recursos que las empresas emplean para desarrollar estas prácticas son pocos y tienden a favorecer solamente a unos grupos específicos de personas y no de manera integral [8]. A continuación, en la figura 1 se grafican los intereses empresariales que tienen las empresas al instaurar o socializar prácticas sociales sostenibles en Latinoamérica:



Fig. 1. Beneficios percibidos por las empresas al incorporar la RSE. Fuente: (Momberg, 2007)

Tomando distancia del enfoque funcional y su rol principal de solucionar las problemáticas sociales y devolver beneficios generales para las comunidades en donde desarrollan sus actividades comerciales u operativas; las empresas han modificado su filosofía y visión, tal cual lo ilustra la figura 1, la cual presenta la distribución de beneficios que esperan recibir las empresas al desarrollar prácticas de RSE, ya que la RSE se entiende en la actualidad como una inversión en temas de generación de valor y construcción de sociedad, según lo menciona [8], al definir la responsabilidad social empresarial del presente como negocio que genera valor agregado, competitividad y visibilidad al empresario.

2.1.2 Responsabilidad Social en Colombia

La RSE en Colombia se destaca en el ámbito Latinoamericano por medio de intervenciones de gran impacto social, incluso el gremio industrial de empresas nacionales promueve desde 1970 balances sociales a favor de los trabajadores; a pesar que Colombia no cuenta con una organización creada por empresarios dedicada a promover la RSE, si cuenta con más de 100 fundaciones las cuales realizan trabajo conjunto entre ellas, como el programa nacional de microempresas y empresarios por la educación [12] (Correa, 2007).

Actualmente, en el país no existe una institucionalidad para promover y coordinar la investigación de la filantropía empresarial; es evidente que se debe trabajar fuerte en promover la importancia de la implementación de la RSE no solo para grandes empresas, sino desde PYMES y microempresarios, las cuales deben dejar de ser una labor de unos cuantos hasta que sea una realidad generacional [13]. Adicionalmente, hay empresas que han visto la RSE como un medio para alcanzar nuevos mercados sin estar realmente comprometidos con las políticas que promulgan, incluso se han descubierto casos en donde empresas alteran información para parecer más responsables de lo que realmente son; este es un tema donde la ética tiene gran protagonismo para garantizar la transparencia en la forma de actuar de las organizaciones.

2.1.3 RSE en el sector bancario colombiano

De acuerdo con los valores, misiones y al enfoque social que tiene el ejercicio de la banca en Colombia, el sector financiero y los bancos en particular, tienen como forma ética la gestión sostenible del desarrollo y satisfacción de las expectativas de su grupo social de interés con decisiones y actividades empresariales que tengan impacto en la sociedad y el medio ambiente. Un actuar socialmente responsable de las entidades financieras frente al covid-19 con los diferentes grupos de interés facilitará el desarrollo económico y sostenible de la economía y la sociedad colombiana [14].

A continuación, se destacan las acciones en materia de RSE de los principales bancos en Colombia.

BBVA Colombia: con su Plan de Responsabilidad Corporativa invirtiendo más de 5.400 millones, en proyectos direccionados a la educación y capacitación escolar con el proyecto Escuela para el Emprendimiento BBVA, en ese mismo sentido diseñó el proyecto social Premio Nacional del Docente BBVA, teniendo como foco la educación del país; este banco sigue sumando año tras año más participación de los docentes en este premio, con más de 1.600 docentes inscritos. Otra de las líneas de formación y enfoque social del Banco BBVA es la preparación y capacitación de jóvenes deportistas en diferentes disciplinas y modalidades.

Grupo Bancolombia: por su lado, este grupo empresarial ha implementado estrategias misionales con el propósito de promover el desarrollo económico sostenible para lograr el bienestar de todos sus grupos de interés, ofertándoles oportunidades de desarrollo a la economía del país en general; estos son algunos de los resultados más visibles del banco en cuanto a su desarrollo y enfoque responsable: marca con mejor reputación en Colombia, banco más sostenible del mundo según Forbes, mejor banco para trabajar en Colombia, mejor banco de Latinoamérica en Responsabilidad Corporativa y Pymes, empresa con mejores estrategias para enfrentar el cambio climático en América Latina y en Colombia. Adicionalmente, ha diseñado e implementado estrategias de financiación para proyectos disruptivos orientados a la preservación y cuidado del medio ambiente, la emisión de bonos sostenibles y el subsidio de la infraestructura sostenible en Colombia, con proyectos de vivienda de interés social, representando un aumento del 47% en las aprobaciones de créditos. Además de esto, Bancolombia apoya temas de educación financiera, sostenibilidad ambiental, ética e integridad de sus empleados.

Banco de Bogotá: implementó un Sistema de Administración de Riesgo Ambiental y Social – SARAS; como parte de su estrategia de sostenibilidad con el objetivo de preservar, proteger y conservar el medio ambiente y bienestar social integral. Adicionalmente, a través de los Objetivos de Desarrollo sostenible que tiene la compañía, se manejan proyectos de responsabilidad social empresarial, entre los cuales se encuentra el Voluntariado Corporativo, el cual busca promover que los colaboradores de esta entidad participen en dinámicas de apoyo social como el mejoramiento del entorno físico de colegios públicos y jornadas de siembra de árboles y reforestación en diversos lugares del país, teniendo un impacto social y ambiental donde se realizan estas campañas. También aporta a la sociedad patrocinando el arte y la cultura con apoyo financiero a diferentes eventos sociales como: Colombiatex, el Carnaval de Barranquilla, las Fiestas del mar, Festival Internacional de Música Sacra, Colombia Moda, Exposición Nacional de Orquídeas y Expoartesanías.

Davivienda: tiene incorporada en su estrategia corporativa un modelo de gestión que busca generar experiencias sencillas, confiables y amigables en todos sus servicios operativos a través de la innovación y la transformación digital, con una oferta del 74% de clientes digitales con impacto positivo en medio ambiente y bienestar social, con reconocimiento en Global Climate Partnership Award 2019 por sus acciones y proyectos de créditos verdes,

galardonado por Huellas RSE en categoría medio ambiente y Wells Fargo como primer banco en Suramérica por excelencia operacional en procesamiento Swift, entre otras menciones adicionales.

2.2 Marco Legal de la RSE

Para llevar a cabo la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, existen algunos marcos de referencia o normas que les permitan direccionar sus acciones en función de la RSE, dichas guías o normas brindan herramientas para que las instituciones se acojan a estas guías de control o certificación de sus actividades diarias, algunas normas de este orden son:

Norma ISO 26000: Esta norma fue creada para hacer responsable a las empresas frente a los daños que causen las decisiones y acciones al medio ambiente, generando en las empresas una conciencia ética y transparencia al cuidado de la sociedad, donde sean tenidos en cuenta todos los grupos de interés de la compañía. Esta norma orienta a las organizaciones sobre las prácticas de RSE y sobre su contribución al desarrollo sostenible del país. Es importante aclarar que la norma ISO 26000 es solo una guía, lo que quiere decir que no es certificatoria ni regulatoria como lo son ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004 [15].

Norma ISAE3000: Esta norma de carácter internacional fue publicada en 2003 por la International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), con el fin de establecer principios y procedimientos básicos y genéricos para la realización de auditorías de aseguramiento. La norma “se centra en información no financiera, a diferencia de las auditorías clásicas centradas en indicadores financieros convencionales, la ISAE3000 se fundamenta en dos pilares: la ética y el control de calidad, conceptos aplicables también a procesos contables” [16].

Norma AA 1000 (AccountAbility): según normas ISO “son una herramienta, reconocida internacionalmente, orientada a fortalecer su compromiso con los grupos de interés incorporando un sistema de Gestión del aseguramiento de la Sostenibilidad” [17]; las cuales “buscan garantizar la calidad de las rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial” [18]. De acuerdo con [19], “esta norma fue publicada en 2003 por la organización británica *Institute for Social and Ethical Accountability*, con el objeto de asegurar la calidad y credibilidad de los informes sobre RSE en cualquiera de sus perspectivas”. [19].

Norma SA8000: esta norma se certifica en ética y responsabilidad social, dado que “es un estándar de certificación internacional que fomenta en las empresas el desarrollo, el mantenimiento y la aplicación de prácticas socialmente aceptables en el puesto de trabajo” [20], lo que la hace una certificación auditable, sujeta a revisiones periódicas sobre RSE. Esta norma se basa en acuerdos internacionales y tiene como propósito especificar los requisitos de Responsabilidad Social (RS) que le permiten a las organizaciones y empresas “desarrollar y aplicar los principios y procedimientos RS con el objeto de manejar aquellos asuntos que están bajo su control o influencia, con el fin de promover mejores condiciones laborales” [21].

GTC 180: es una Guía Técnica Colombiana (GTC) de responsabilidad social, ésta es una herramienta que según el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec) busca “establecer, implementar, mantener, evidenciar y mejorar de forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión, aplicable a cualquier tipo de empresas”. Su propósito es establecer normas hacia “el respeto a la dignidad humana, la responsabilidad legal, la autorregulación ética, la participación, la solidaridad y el desarrollo humano integral” [3].

Ley 99 de 1993: bajo esta ley se constituye en el Ministerio del Medio Ambiente de Colombia, y se encarga de la gestión, conservación del medio ambiente y vigilancia de las actividades empresariales frente a los recursos naturales renovables, que se organiza en el Sistema Nacional Ambiental -SINA. Esta ley va en concordancia con los principios del medio ambiente, del Pacto Mundial y demás iniciativas Internacionales sobre la RSE [22].

Ley 190 de 1995: es una ley “Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa.” Esta ley va en concordancia con los 10 principios de anticorrupción del Pacto Mundial [23].

3 METODOLOGIA

Atendiendo el desarrollo de los objetivos de la investigación, los cuales están orientados a identificar, analizar, valorar y describir las acciones y estrategias de responsabilidad social implementadas por el sector financiero en Colombia durante la pandemia del covid-19, se abordó un diseño no experimental, el cual se aplicó de manera transversal o transaccional con la implementación de la guía de observación y la encuesta; instrumentos que recolectaron la información de los sujetos informantes en un momento específico, facilitando la triangulación y análisis de la responsabilidad social bancaria en el contexto de la incertidumbre generada por la pandemia del covid-19 en Colombia a partir de la sustentación teórica. Se ejecuta una descripción de la correlación y causas de las variables y su incidencia e interrelación con las realidades evidentes e informadas en los datos recolectados sobre el fenómeno del covid-19 y el actuar bancario colombiano [24].

Los procedimientos y técnicas utilizadas para obtener los datos e información que soportan la investigación fueron la exploración y observación, mantenimiento de registros, estudios de casos y entrevistas semiestructuradas sobre los temas de responsabilidad social del sector financiero referente al fenómeno del covid-19; como complemento transversal a la investigación, se diseñó e implementó una encuesta como herramienta principal, la cual determinó la experiencia de los diferentes clientes de las 4 entidades financieras valoradas en cuanto a su gestión responsable y estrategias frente al covid-19: Bancolombia, Davivienda, Banco de Bogotá y BBVA. Estas entidades representan 71.3% del sector financiero de Colombia [25].

El tipo de estudio abordado en el desarrollo de esta investigación es descriptivo con secuencia temporal transversal y con denominación observacional debido a que no se interviene o manipula el factor de estudio mientras se observan, analizan y describen las realidades originadas por la pandemia del covid-19 en la sociedad colombiana, junto con la injerencia y acción de la banca desde su rol de responsabilidad social, gestión y colocación de recursos y desarrollo de oportunidades para todos, a través de la implementación de una guía de observación, las matrices de valoración y la encuesta.

De igual forma se abordó el método documental, el cual suministró información suficiente para realizar un estudio global del tema a investigar; adicionalmente, se logró conocer en detalle cómo se encuentra la RSE en Colombia, específicamente aplicada al sector bancario. Esta fase documental se desarrolló a través de consultas de fuentes secundarias como artículos, libros, trabajos de grado y documentales en internet; como fuente primaria contactamos y encuestamos una muestra de personas en busca de información de primera mano sobre el grado de satisfacción de las acciones y estrategias implementadas por las entidades bancarias.

3.1 Instrumentos Bases de Datos

Los instrumentos utilizados en el desarrollo de esta investigación son la guía de observación bibliográfica y valoración de variables a través de la matriz de priorización implementada bajo el método de Delphi para atender los objetivos específicos de identificar las entidades financieras que adoptaron políticas de responsabilidad social durante el covid-19, para posteriormente realizar el respectivo análisis contextual de las políticas de responsabilidad social implementadas por los bancos en la sociedad. Para desarrollar este análisis se identificaron 5 factores de impacto y desarrollo social, los cuales son:

- Cliente: evaluación del desarrollo e impacto de la estrategia bancaria en su calidad de vida.
- Medio ambiente: valoración de la gestión, desarrollo y contribución de la banca a la sostenibilidad prospectiva.
- Cultura: observación y medición de las estrategias desarrolladas por el sector financiero durante el covid-19 en el fomento de valores, crecimiento equitativo y desarrollo competitivo de la sociedad colombiana.
- Educación: identificación y análisis de las estrategias encaminadas a la transformación personal e intelectual de las comunidades durante la pandemia del covid-19 a partir de las estrategias y mecanismos instaurados por el sector financiero.
- Desarrollo social: validación y ponderación de los mecanismos y estrategias habilitadoras de cambios y desarrollo social.

Para atender y evaluar las políticas de responsabilidad social establecidas por los bancos y los beneficios percibidos por los clientes, se diseñó y aplicó una encuesta como recurso transversal, con preguntas cerradas y adaptadas al modelo escala de medición de Likert, aplicando un cuestionario de 20 preguntas orientadas a valorar 3 secciones de interrogantes; distribuidos así: un primer bloque que cuenta con la sección de conocimiento y clasificación de los sujetos informantes, en segunda instancia se identificó el relacionamiento del cliente con la banca y los servicios ofertados y como último bloque se valoró la responsabilidad social bancaria frente al covid-19.

4 RESULTADOS

Los resultados se alcanzaron partiendo del estudio de caso, donde mediante una matriz de comparación se identificaron, validaron y analizaron las diferentes variables, estrategias e intervenciones implementadas por las entidades financieras seleccionadas y; posteriormente, se evaluaron y contrastaron las diferentes implementaciones de estas entidades financieras en relación al tema de responsabilidad social a través de una matriz de competitividad, la cual derivó en la ejecución de un análisis DOFA de la responsabilidad social bancaria por cada una de las entidades seleccionadas, recurso que se buscó revalidar con el diseño, desarrollo y valoración de la encuesta de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

4.1 Análisis de las estrategias DOFA BANCOLOMBIA.

Para abordar la valoración y análisis de la matriz DOFA de Bancolombia S.A; se consultaron, abordaron y exploraron las diferentes estrategias, actividades y acciones desarrolladas por el banco antes y durante la pandemia del covid-19 en temas relacionados con la responsabilidad social a través de la matriz de priorización; donde se identificaron las variables que proporcionan oportunidades de mercado y se contrastan con las amenazas del entorno generado por la pandemia del covid-19. Las políticas regulatorias, las fortalezas operativas y el desarrollo de la actividad económica fueron contrastadas con las debilidades que se tienen en cuanto a la dirección estratégica, administrativa y financiera. El análisis de responsabilidad social derivado de las variables valoradas se presenta en la matriz DOFA de la tabla 1:

TABLA 1
 ANÁLISIS DOFA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE BANCOLOMBIA DURANTE EL COVID-19.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Oferta de servicios y productos socialmente responsables, orientados a generar bienestar y sostenibilidad incluyente.</p> <p>Visión estratégica orientada y enfocada al desarrollo verde y generación de bienestar social para todos.</p> <p>Diseño y ejecución de negocios con valor compartido para la sociedad, consolidándose como el Banco más sostenible del mundo.</p>	<p>Financiación y relacionamiento con clientes generadores de impacto antropogénico.</p> <p>Generación de desinformación y confusiones en diferentes sectores de la sociedad.</p> <p>Quejas y reclamos: niveles de insatisfacción y atención a las necesidades de sus clientes de manera integral.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Flexibilización y adaptación al cambio con estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social.</p> <p>Fomentar la bancarización e inclusión financiera diversa.</p> <p>Crecimiento sostenible y rentable de sus unidades de negocio aportando al desarrollo económico y financiero del país.</p> <p>Integración e inclusión de tecnologías limpias, modelos de operación eficientes y desarrollo tecnológico en la prestación de sus servicios operativos.</p>	<p>Mala reputación del sector bancario y falta de confianza social.</p> <p>Politiquería y desestabilización geopolítica de la región.</p> <p>Inseguridad nacional a causa de problemáticas suscitadas por la pandemia como desempleo, hambre y desastres naturales</p> <p>Surgimiento de nuevos competidores con nuevas tecnologías, prácticas eficientes y productos sustitutos.</p>

A partir de la tipificación y categorización de las oportunidades y amenazas, como situaciones propias del mercado y que son externas a la organización se identifica un ambiente propicio para desarrollar estrategias de impacto en la sostenibilidad, crecimiento y posicionamiento de la marca, confrontando las fortalezas con las debilidades, con el fin de identificar y describir las estrategias más asertivas y contundentes implementadas por la empresa, en su prestación del servicio y el relacionamiento con el cliente y el mercado; posteriormente la investigación ejecutó un análisis directo de las diferentes estrategias de la siguiente manera:

Estrategia FO: En las estrategias FO se contrastan y valoran las fortalezas con las cuales cuenta la empresa frente a las oportunidades que le ofrece el mercado, el entorno y su actividad económica; donde se evidenció una estrategia orientada a promover y desarrollar el tejido productivo del país [26] con diferentes estrategias encaminadas a incentivar la inclusión de las tecnologías verdes, limpias y responsables en el desarrollo económico. Según [27] “Bancolombia actualmente es el banco más sostenible del mundo”, sobresaliendo en la valoración desarrollada por el *Dow Jones Sustainability Index* a nivel global; esta dimensión actual se fortalece por su injerencia en el desempeño económico, ambiental y social de la región y el país con estrategias de promoción del desarrollo económico sostenible para lograr el bienestar de todos, eslogan y propósito de la organización que manifiesta proveer infinidad de oportunidades de transformar la sociedad, consolidar su cultura y estrategias de crecimiento y posicionamiento a nivel global de manera responsable y sostenible.

Estrategia DO: La estrategia DO busca mejorar las debilidades a través del fortalecimiento de las oportunidades tratando de potenciar el manejo de recursos económicos, reestableciendo el capital humano y orientando su estrategia al desarrollo de un objetivo superior con ecosistemas que van más allá de temas netamente financieros. Una de las probables debilidades de Bancolombia era su rigidez y estructura blindada de colocación de recursos y estrategias de financiación, donde los programas o canales de valoración eran inflexibles a las realidades del ambiente económico del país y su entorno. Hoy el banco hace un esfuerzo mayúsculo por incursionar con productos y servicio en diferentes sectores buscando el desarrollo integral del país y participar en la transformación social, responsable, sostenible y con visión futurista.

Estrategia FA: se evidenció que el negocio bancario cada vez está más competido, son múltiples los servicios y productos ofertados a un cliente informado y capacitado, desde diferentes medios, sectores y condiciones. Por lo tanto, la inversión en productos sostenibles y generadores de valor compartido para la sociedad con enfoque verde y socialmente responsables fidelizarán y generarán hábitos de confianza para los consumidores del futuro.

Estrategia DA: se estableció que la reputación y comunicación del banco con sus clientes y grupos de interés deberá mejorar, entregando mensajes más profundos y claros de su actividad económica, su desarrollo sostenible e inversión en responsabilidad social empresarial; también se evidencian oportunidades de inclusión financiera y capacidades para llegar a sectores y regiones vulnerables con bancarización y desarrollo cultural, social y económico.

4.2 Las estrategias DOFA Banco de Bogotá

La matriz DOFA del Banco de Bogotá, se abordó a partir de los informes trimestrales emitidos por la entidad antes y durante la pandemia del covid-19 en aras de profundizar en el análisis de las estrategias y acciones implementadas en pro de la responsabilidad social con los diferentes grupos de interés que impacta la compañía en el desarrollo de su ejercicio comercial. A continuación, se ejecutó un análisis descriptivo a través de una matriz DOFA presentada en la Tabla 2, en la cual se valoran las fortalezas que adquiere la compañía desde su accionar durante la pandemia, las oportunidades que puede obtener en el mercado y los factores que le pueden afectar en el entorno económico.

Estrategia FO: este análisis comprende la observación y medición de las fortalezas y oportunidades sobresalientes en las implementaciones, estrategias y recursos ofertados por el Banco de Bogotá con el objetivo de generar estabilidad económica y financiera al país; como son los incentivos y excepciones empresariales, apoyos y alianzas gubernamentales y estrategias de impacto social como el apoyo a la innovación a través de la financiación de investigaciones, producciones científicas y elementos de bioseguridad, lo cual genera reconocimiento de marca y favorabilidad en el mercado.

Estrategia DO: con el incremento de la demanda de servicios digitales y soluciones de financiamiento de parte de las personas naturales se evidenciaron desbordamientos, colapsos e intermitencias en la prestación de servicios y soluciones a las necesidades de información, financiamiento y flexibilidad en los productos ofertados por el Banco; debilidades evidentes en las primeras semanas de pandemia y que posteriormente fueron abordadas con capacitaciones, lanzamientos de nuevos productos y servicios más autónomos como Banca Móvil APP, donde los clientes pueden auto gestionarse los créditos de vivienda, libre destino, libranza y tarjetas de créditos, a raíz de la pandemia; aproximadamente el 40% de las cuentas de ahorros y el 36% de las tarjetas de crédito de la entidad se abren digitalmente permitiendo una bancarización integral, equitativa y rentable [28].

Estrategia FA: the Banker, revista inglesa, “exaltó el liderazgo del banco de Bogotá durante la crisis, resaltando el impulso dado al empleo a través de las líneas que la entidad abrió para el pago de nómina con respaldo del Fondo Nacional de Garantías y las soluciones entregadas a clientes para contrarrestar sus problemas de liquidez” [29]. Adicionalmente, el banco de Bogotá se destacó por su competitividad del portafolio 100% digital para todos los públicos, la creación de nuevos métodos de pagos como el QR y los productos tecnológicos que buscan mitigar los efectos del cambio climático.

Estrategia DA: debido a la alta demanda de clientes que se vieron afectados económicamente por motivo de la pandemia del COVID-19, la entidad no contaba con un plan de contingencia para el alto flujo de solicitudes que iban a tener con el fin de que se llegaran a acuerdos o alivios, buscando aclarar las ofertas que el banco emitió, creando así una mala sensación en los clientes, lo que puede generar una fuga masiva de la clientela.

TABLA 2
 ANÁLISIS DOFA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE BANCO DE BOGOTÁ DURANTE EL COVID-19.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Estabilidad del empleo con sus colaboradores	La dificultad de contactarse con las líneas de atención al cliente debido a la alta demanda
Lanzamiento de tarjeta débito con marca compartida con UNICEF para donaciones a fundaciones de la niñez	Falta de claridad en la liquidación de los intereses por los alivios recibidos
Apoyo a las empresas para realizar los pagos de nómina mediante recursos financiados a tasa muy bajas	Precarización del servicio al cliente en oficinas por alto flujo de personas y poco acceso a herramientas tecnológicas
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Donaciones realizadas en los tiempos de pandemia, generando publicidad de banco sensible y posicionamiento en el mercado	Debido a la crisis económica por la pandemia se ven afectados los activos de la entidad
Reducción de costos con la implementación de trabajo de manera remota de sus empleados administrativos	Ofertas para compras de cartera de las demás instituciones financieras
	Disminución en los márgenes de rentabilidad causados por la reducción en la capacidad de pago de los clientes

4.3 Análisis de las estrategias DOFA BBVA.

Analizando los resultados derivados de la matriz de comparación, se determinó que el banco BBVA direcciona sus estrategias de RSE y desarrollo social en la generación de equidad y oportunidades para su grupo de interés en primera instancia; posteriormente, busca la educación del cliente con la finalidad de sensibilizar y brindar conocimiento financiero, atrayendo nuevos mercados, bancarizando población que antes no accedía a la entidad financiera y generando confianza ligada de fidelidad. En medio de la pandemia, el BBVA, implementó estrategias de responsabilidad social para diferentes zonas del país, con acciones directas como el envío de mercados y equipos de bioseguridad a más de 40 municipios de Colombia, y la ayuda a departamentos como el Amazonas con unidades de cuidados intensivos. En la Tabla 3 se observa la matriz DOFA, donde se puede identificar cómo el banco ejecuta estrategias con el fin de generar confianza para sus clientes, atender sus necesidades y desarrollar fidelidad.

Estrategia FO: BBVA en el año 2019 lideraba la transformación digital bancaria en Colombia a través de estrategias direccionadas a empoderar, capacitar y brindar autonomía a sus clientes, promoviendo el endomarketing con un 45% de su oferta comercial de manera digital [30], lo cual le permitió durante el año 2020 y el transcurso de la Pandemia tomar medidas prácticas respecto a beneficios para clientes y empleados. En cuanto a los clientes, garantizó el 100% de la operación en canales digitales BBVA Net y la App BBVA Móvil y, para sus empleados, implementó el plan “home working”; todo ello encaminado a evitar los contagios por desplazamientos, aportar a la reactivación económica y financiera del país bajo unos esquemas de responsabilidad social bien direccionados.

Estrategia DO: afectación del servicio al cliente debido a protocolos, redistribución de tareas y compromisos laborales sin la suficiente capacitación, lo cual generó malestar e impacto en la demanda creciente de cliente. Para ello se sugiere a la entidad diseñar y articular un plan de capacitación articulado con los desarrollos digitales generados con el fin de empoderar a su personal.

Estrategia FA: La competitividad que se ve actualmente entre las entidades financieras en medio de la pandemia, las reducciones evidenciadas en las tasas de intereses de las ofertas de múltiples productos de crédito y la creciente gama de productos sustitutos amenazan el desarrollo de las actividades bancarias convencionales; por lo tanto, fidelizar y atraer clientes de manera digital y bajo un enfoque de responsabilidad social permite la bancarización de

sectores olvidados que requieren facilidades para desarrollar sus actividades económicas, y su reinención comercial y financiera.

Estrategia DA: los protocolos implementados por la entidad y la reducción de los empleados en las instalaciones físicas del banco afectaron el home office, adicionalmente la distribución de nuevas prácticas, tareas y procesos generaron impactos desfavorables en la prestación de servicios oportunos ante las crecientes y nuevas solicitudes de los clientes.

TABLA 3
ANÁLISIS DOFA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE BBVA DURANTE EL COVID-19.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Compromiso con la estabilidad en el empleo y en la redistribución de los colaboradores BBVA</p> <p>Periodos de gracia con alivios concedidos a más de 210 mil clientes tanto personas naturales como jurídicas por 14 billones de pesos.</p> <p>Implementación del Programa de Apoyo al deudor (PAD), creado con el fin de ampliar las ayudas y beneficios de los deudores del sistema afectados por la crisis económica a causa de la pandemia</p> <p>Respaldo del gobierno y canalización de ayudas económicas.</p>	<p>Falta de claridad de los términos y condiciones de los alivios ofrecidos generando un aumento en PQR's.</p> <p>Carencia en canales de comunicación y atención al cliente</p> <p>Malas prácticas en los procesos administrativos debido a la redistribución de los colaboradores que no fueron capacitados debidamente</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Crecimiento de un 44% en clientes digitales en el primer trimestre del año.</p> <p>Orientación a los clientes para el uso de los canales digitales para las transacciones financieras</p> <p>Fortalecimiento del "good will" por las ayudas y condonaciones ofrecidas a sus clientes, con lo que podría ganar más mercado.</p>	<p>Debido a la crisis económica por la pandemia se ven afectados los activos de la entidad</p> <p>Ofertas para compras de cartera de las demás instituciones financieras</p> <p>Disminución en los márgenes de rentabilidad causados por la reducción en la capacidad de pago de los clientes</p>

4.4 Análisis de las estrategias DOFA Davivienda.

La valoración y análisis DOFA de las actividades implementadas por el banco Davivienda durante la pandemia del Covid-19 fueron sustentadas en los informes de gestión presentados recientemente y las acciones identificadas en el estudio de observación implementadas por el banco, desde su estructura misional. Davivienda promueve el bienestar y el desarrollo de las personas, incentivando la multivariada visión, cultura y conocimiento de su equipo humano, el cual debe destacarse por bastos e íntegros principios y valores enfocados siempre en la generación de valor para sus principales grupos de interés como clientes, comunidad e inversionistas.

Desde el inicio de la propagación del COVID-19 Davivienda tomó medidas para prevenir y mitigar los efectos del virus, por ejemplo, dispuso de atención médica para casos sospechosos y confirmados de su plantel, implementación de trabajo virtual para poblaciones vulnerables, y protocolos de protección para los trabajadores en oficina. En cuanto a ayudas para clientes, han ofrecido la posibilidad de cambiar las condiciones de los créditos a través de alivios como periodos de gracia, prórrogas en los pagos y reestructuración de créditos con el fin de aliviar el flujo de caja de sus afiliados. Otro punto a favor es que se facilitó el trámite de estos beneficios para que pudieran acceder más ágilmente a ellos para evitar que por el retraso en pagos se viera afectado el reporte crediticio de sus clientes [31].

TABLA 4

ANÁLISIS DOFA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE DAVIVIENDA DURANTE EL COVID-19

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Facilitar acceso a los subsidios generados por el gobierno y de esta manera acceder a nuevos mercados.	Falta de claridad en los términos de alivios generando congestión en los canales de atención
Capacitación de sus empleados en temas innovadores generando confianza de los clientes y por ende su fidelidad.	Problemas técnicos es los aplicativos móviles y en la página web debido a aumento de visitantes virtuales.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Crecimiento de operaciones virtuales lo cual va a generar menos congestiones en oficinas y enfocar mejor su servicio al cliente	Fuga de clientes por ofertas de otras entidades
Bancarización de población que antes no utilizaba las entidades financieras y de tal manera incrementar su portafolio de productos en los nuevos clientes	Afectación en la rentabilidad de la entidad debido a sus alivios financieros
	Aumento en las provisiones para cubrir la cartera vencida y morosa

Posterior a este análisis de fortalezas-debilidades y oportunidades-amenazas se identifican oportunidades de crecimiento y expansión del banco por la situación económica y social del país. Así mismo, se identifican áreas de mejora las cuáles deben ser trabajadas mediante estrategias claras y definidas que permitan mitigar el nivel de riesgo actual, como se describe en la Tabla 4.

Estrategia FO: sobresale el esfuerzo puesto en la digitalización de los canales de atención encaminados a facilitar el acceso a los productos y servicios del banco. El aumento de pagos virtuales en comparación de los que antes se hacían en efectivo fue del 87%. Por el lado de sus colaboradores, las promociones internas y oportunidades de crecimiento han aumentado dado que el personal ha tenido que capacitarse en numerosas funciones aportando a su desarrollo y crecimiento personal; además, Davivienda ha sido reconocido por sus esfuerzos en innovación y tecnología, este resultado se debe a las alianzas estratégicas que ha realizado en busca de la virtualización de los canales de atención al cliente

Estrategia DO: si bien el tema de virtualización de los servicios ha sido bien manejado por Davivienda, todavía se presentan inconsistencias en la calidad del servicio debido al aumento exponencial de usuarios en modalidad virtual. Esto puede generar insatisfacción en los clientes, afectando la percepción e imagen de servicio al cliente de Davivienda. Por esta razón, se evidencia un gran esfuerzo realizado por la entidad para mejorar y ampliar la red de servicios virtuales ofrecidos. Es importante acompañar estos esfuerzos tecnológicos con una gran red de asesores que estén en la capacidad de brindar información sobre beneficios y situación actual de los clientes.

Estrategia FA: se hace notable un fuerte panorama competitivo entre los principales bancos por estrategias de fidelización y persuasión de nuevos clientes para garantizar sus rentabilidades. También se evidenció la diversificación de los productos ofrecidos y alianzas con el gobierno para facilitar el acceso a ayudas humanitarias logrando beneficios en posicionamiento de imagen de Davivienda por el factor social de apoyo a la comunidad.

Estrategia DA: es notorio el gran esfuerzo que Davivienda debe seguir realizando para mejorar los canales de atención virtual, principalmente para asegurar los niveles de liquidez requeridos que le permitan sostenerse, y en segundo lugar, porque la insatisfacción generada hacía los clientes puede resultarle perjudicial si se tiene en cuenta el alto nivel competitivo de las demás entidades bancarias en épocas de contingencia económica.

4.5 Diseño, ejecución y valoración de la encuesta de Responsabilidad Social Empresarial Bancaria (RSEB)

Se diseñó y distribuyó el mecanismo informante del estudio, que para este caso en particular fue la encuesta de RSEB, a través de esta técnica de recolección de información de las ciencias sociales se abordaron alrededor de 300 personas de la comunidad académica y científica de la ciudad de Medellín, de las cuales se obtuvieron 104 respuestas como muestra funcional, con la cual se contrastó la información obtenida en el estudio de observación y la construcción del caso, evidenciando diferentes fenómenos, tendencias y conclusiones. En la figura 2; se puede observar una distribución demográfica de las personas encuestadas concentrada en un 71% entre los 23 y 32 años:

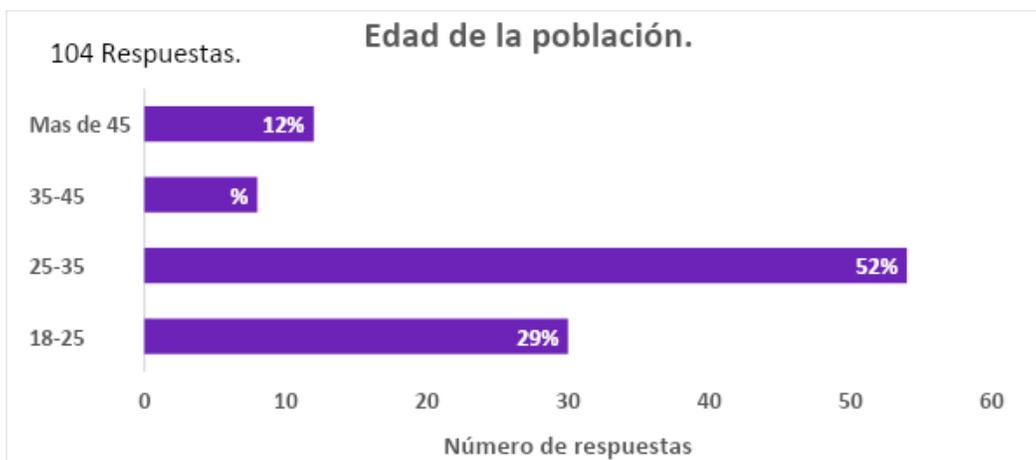


Fig. 2. Distribución demográfica de la población encuestada. (elaboración propia)

Por otro lado, a partir de la figura 3 se identifica en la muestra que aproximadamente el 82% de la población encuestada se encuentra empleada en este momento, lo que supone un ingreso fijo importante para estimar la capacidad de pago de los clientes. Sin embargo, el segundo mayor porcentaje está representado por los trabajadores independientes, quienes generalmente son los más afectados en situaciones de crisis económica por la inestabilidad de sus ingresos; es importante que el diseño, formulación e implementación tanto de los productos financieros existentes como los nuevos estén direccionados a incluir responsablemente las diferentes actividades económicas de los usuarios para que estos puedan acogerse y percibir un beneficio real de acuerdo con su nivel de ingreso, sus capacidades económicas y el desarrollo cíclico de sus emprendimientos y negocios; entendiendo y personalizando una propuesta integral de servicios financieros vinculantes, intuitiva y a precios competitivos.

5. Su actividad principal es:

104 respuestas

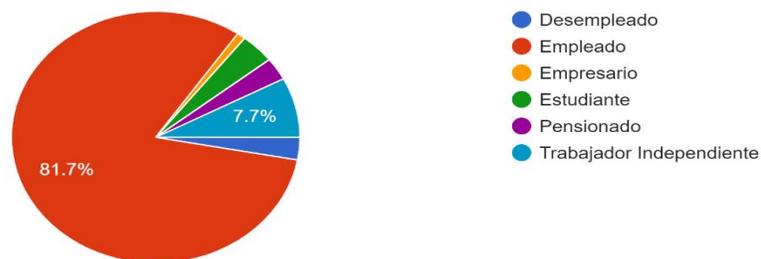


Fig. 3. Actividad económica del consumidor de servicios financieros. (elaboración propia)

Los resultados indicaron que más de la mitad de las personas encuestadas presentaron una disminución en sus ingresos económicos a causa de la emergencia sanitaria producto del Covid-19. Esto es un factor determinante que implica una intervención inmediata no solo del sistema bancario sino del gobierno nacional para brindar ayudas de modo que no colapse el sistema financiero por la incapacidad de pago de los consumidores y que a su vez puedan estos últimos suplir sus necesidades básicas. Otro factor clave encontrado fue que el 99% de la población encuestada posee al menos un producto del sistema bancario y en su mayoría es la cuenta de ahorros. Sin embargo, y como se ilustra en la figura 4, en temas de alivios ofrecidos encontramos que al 48% de la población no le fue ofrecido ningún tipo de ayuda ni beneficio por parte de sus entidades bancarias y que respecto a aquellos usuarios que sí obtuvieron beneficios, fueron ampliación de plazo y periodo de gracia los dos más comunes con una participación del 25% y 23% respectivamente.

14. Qué tipo de beneficio le fue ofrecido por su entidad financiera? Seleccione 1 o más opciones

104 respuestas

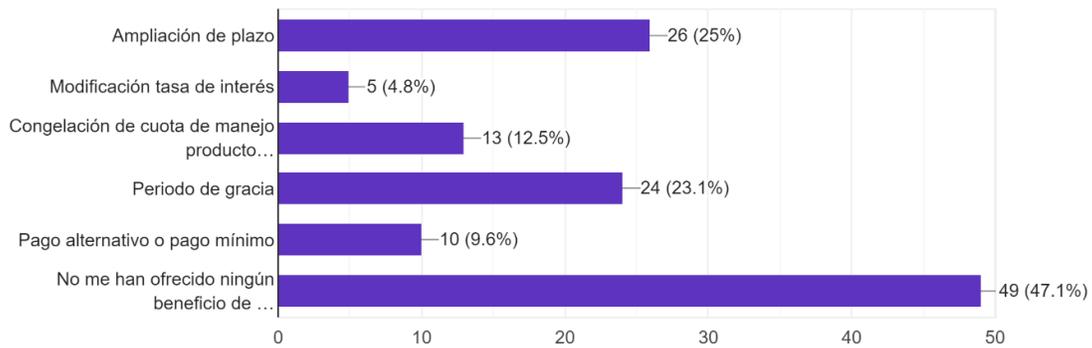


Fig. 4. RSEB percibida por el consumidor financiero en el covid-19. (elaboración propia)

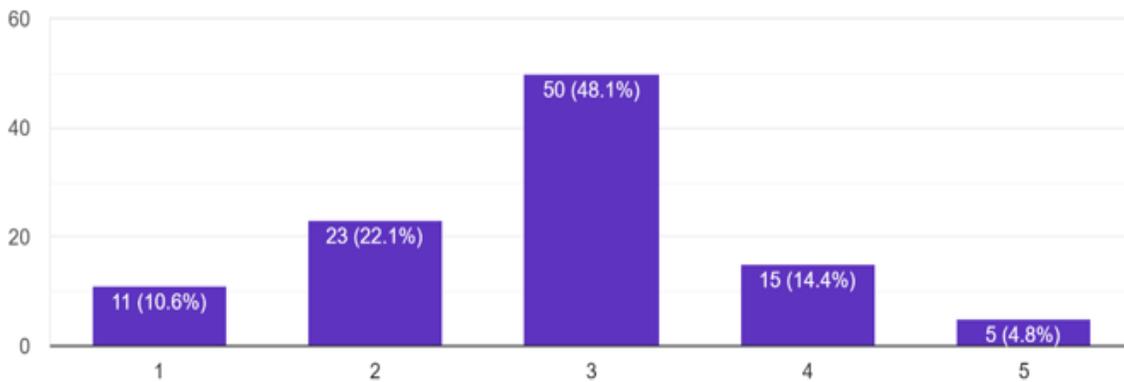


Fig. 5. Distribución de respuestas ante la pregunta: *¿cómo valoraría usted el accionar de la banca colombiana frente a la crisis sanitaria y financiera del Covid-19 en una escala de valoración del 1 al 5, siendo 1 como “pasiva y negligente” y 5 siendo “muy asertiva y agresiva”?* Las respuestas ofrecen una valoración de la RSEB de los servicios bancarios colombianos (elaboración propia).

En el último bloque de la encuesta se abordó el tema de percepción de los usuarios hacia sus entidades bancarias con relación al grado de satisfacción que éstos tenían a partir de las ayudas y beneficios brindados durante la coyuntura económica y social a causa del COVID-19. Los resultados presentan una tendencia negativa, pues ante la pregunta: *¿cómo valoraría usted el accionar de la banca colombiana frente a la crisis sanitaria y financiera del Covid-19 en una escala de valoración del 1 al 5, siendo 1 como “pasiva y negligente” y 5 siendo “muy asertiva y agresiva”?*, en la figura 5 se ilustra la distribución de respuestas, donde se observa que casi el 50% se mantuvo en una posición neutral. El otro 32,7% de la población califica entre un 1 y 2 su accionar, siendo así evidente que la gran mayoría de la población encuestada percibe un mal accionar de sus entidades bancarias ante la situación económica y social que atraviesa el país.

Por otro lado, cuando se preguntó si los bancos habían facilitado soluciones efectivas a las necesidades originadas por el Covid-19, es recurrente el patrón de inconformidad ya que tan solo un 5,8% de los encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo con las medidas implementadas por los bancos para contrarrestar los efectos negativos de la crisis para sus consumidores, tal como se puede observar en la distribución de respuestas presentada en la figura 5.

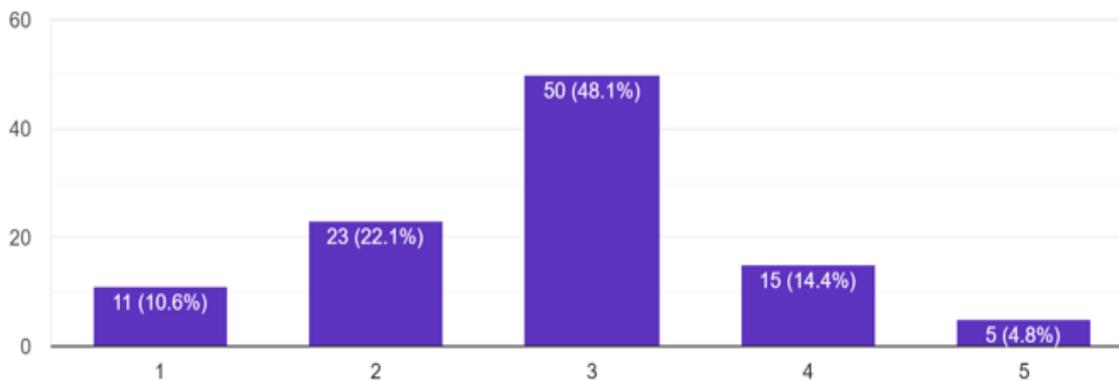


Fig. 6. Distribución de respuestas ante la pregunta: ¿han facilitado los bancos soluciones efectivas a las necesidades originadas por el Covid-19, en una escala de valoración del 1 al 5, siendo 1 como “pasiva y negligente” y 5 siendo “muy asertiva y agresiva”? Las respuestas ofrecen una percepción sobre la asertividad y solución Bancaria responsable. (elaboración propia)

Dado que el sector financiero es uno de los principales impulsores de la economía del país, es fundamental que intervenga en la recuperación económica y la reestructuración social aplicando los principios de Responsabilidad Social establecidos desde su estructura misional; adicionalmente, sus acciones deben estar guiadas no solo con propósitos enfocados a incrementar rentabilidades, sino en construir e impulsar el desarrollo de sus grupos de interés. Es de valorar el espíritu resiliente, reactivo y reinventista de la población colombiana durante la incertidumbre generada por la pandemia del covid-19 y su visión de esperanza y optimismo en soluciones asertivas de construcción de un futuro mejor, tal cual lo refleja la figura 7.

19. ¿Cuál es su percepción del futuro financiero y económico del país para los próximos años; después de la pandemia del covid-19?

104 respuestas

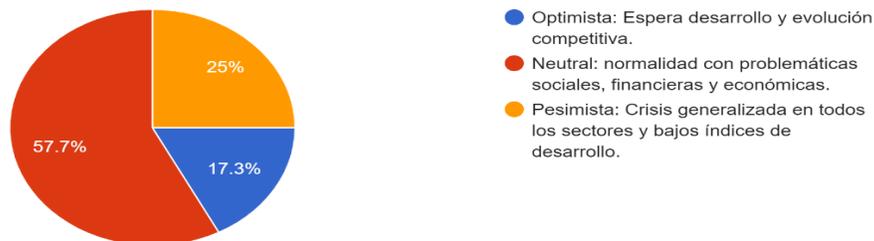


Fig. 7. Visión de futuro y reactivación económica del país poscovid-19. (elaboración propia)

Es aquí donde debe tomar protagonismo el papel de las entidades financieras en el proceso de recuperación económica, campañas de responsabilidad y desarrollo social, buscando un beneficio integral de las diferentes poblaciones y desarrollando estrategias de integración global.

5 CONCLUSIONES

Se identificaron, analizaron y describieron las principales estrategias de responsabilidad social implementadas por las cuatro entidades bancarias más importantes del país, valorando el objetivo de las entidades bancarias y los impactos de estas acciones en los consumidores, repercusiones y apreciación que tiene el cliente de los desarrollos, mecanismos y productos financieros tanto tradicionales como los nuevos enfoques surgidos de la inteligencia artificial, la tecnología y la digitalización.

Se puede observar, luego de toda la información recopilada, que el banco con mayor impacto de responsabilidad social es Bancolombia en cuanto al tema de tecnologías verdes y proyectos sostenibilidad amigables. Por otro lado, encontramos que el BBVA tiene un enfoque en la educación financiera y en aportar a comunidades de escasos recursos ayudas con temas alimenticios, de bioseguridad y de salud. Respecto al Banco de Bogotá y Davivienda se evidencia la disposición para intermediar en la entrega de subsidios gubernamentales y ayudas a sus clientes para aliviar su situación financiera en la crisis económica que se ha generado por la pandemia, buscando de igual manera la bancarización de la población que no se encuentra familiarizada con la banca colombiana. Estos estudios se realizaron utilizando un análisis con matriz de priorización para cada una de las entidades con las variables que más impactan.

Para contrastar la información encontrada en los artículos bibliográficos y toda la teoría validada, se desarrolla una encuesta donde por medio de unas preguntas acerca de la responsabilidad social que ejercen las entidades financieras con su entorno, se extraen unos resultados que demuestran que el cliente no se identifica con este tema y manifiestan su descontento con las acciones y estrategias que toman, es allí donde la banca colombiana debe ser más asertiva en sus tareas de responsabilidad social.

Por lo tanto, este trabajo logró demostrar que la responsabilidad social en el sector financiero se implementa, pero no involucra a toda la población de forma general; además, se evidencia un grado de insatisfacción por parte del consumidor frente el apoyo y las intervenciones del sector financiero en la mitigación del impacto económico a causa del Covid-19, donde también prevalece un fuerte desconocimiento por parte de los clientes frente a las ofertas de sus entidades bancarias en temas de ayudas y alivios económicos.

REFERENCIAS

- [1] E. Alexander, D. Grisales, J. Molina, and N. Ossa, "Operación del sistema de autocontrol y gestión del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo en empresas del sector comercial Operation of the system for self-control and management of the risk of money laundering and financing of terroris," vol. 23, no. 1, pp. 32–42, 2018.
- [2] M. Muñoz, D. Rojas, C. Córdoba, and J. Patiño, "Análisis comparativo del índice de Libertad económica de 2019 entre Colombia y otros países de Suramérica," *Rev. Cintex J*, vol. 25, no. 1, pp. 68–83, 2020, [Online]. Available: <https://revistas.pascualbravo.edu.co/index.php/cintex/article/view/360>.
- [3] M. E. Uribe-Macías, Ó. A. Vargas-Moreno, and L. Merchán-Paredes, "La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos," *Entramado*, vol. 14, no. 1, pp. 52–63, 2017, doi: 10.18041/entramado.2018v14n1.27107.
- [4] S. D. C. BARRA AZAMAR SIRLA *et al.*, "Sistema financiero internaciona," UNIVERSIDAD VERACRUZANA, 2013.
- [5] Y. G. López, "Responsabilidad Social Empresarial, El Valor agregado del Siglo XXI."
- [6] C. C. del Castillo and M. M. Parragué, "Responsabilidad social empresarial," 2008, Accessed: Apr. 30, 2021. [Online]. Available: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf.
- [7] M. Friedman, "The social responsibility of business is to increase its profits," *Corp. Soc. Responsib.*, pp. 31–35, 2017, doi: 10.1007/978-3-540-70818-6_14.
- [8] D. D. P. Miranda and A. S. Cantallops, "La práctica de la responsabilidad social empresarial. Estudio de caso en el sector turístico," *Innovar*, vol. 23, no. 49, pp. 101–114, 2013.
- [9] D. Torres, Villarreal, C. E. Barragán Morales, S. A. Huguett Herazo, V. A. Meza Rodríguez, and J. E. García Guilliany, "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICO- CONCEPTUAL," *Liderazgo Estratégico*, vol. 7, no. 1, pp. 12–26, 2017.
- [10] H. A. R. Rodríguez and M. N. M. Rojas, "La organización: los stakeholders y la responsabilidad social," *Cent. Estud. Empres. para la Perdurabilidad*, vol. 97, no. 97, pp. 1–36, 2011.
- [11] M. Kramer and M. P. Review, "La ventaja competitiva de la filantropía corporativa," *Harv. Bus. Rev.*, vol. 80, no. 12, pp. 49–62, 2002, Accessed: Apr. 30, 2021. [Online]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1431332>.
- [12] Ju. G. C. Jaramillo, "Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social," *Semest. Económico*, vol. 10, no. 20, pp. 87–102, 2007.
- [13] J. C. Lopera Lopera, L. F. Avalos Hincapié, and E. A. Duque Grisales, "Alternativa de financiación basada en titularización para la producción de plátano en el Urabá antioqueño," *Rev. CINTEX*, vol. 24, no. 1, pp. 41–50, 2019, doi: 10.33131/24222208.343.
- [14] D. Rua-Usme, A. Ospina, C. Ramírez, P. Ortiz, and J. A. Patiño-Murillo, "Escenario para el desarrollo de línea de productos financieros verdes en la economía colombiana," *Rev. CINTEX*, vol. 24, no. 2, pp. 64–90, 2019,

- doi: 10.33131/24222208.352.
- [15] ISO (International Organization for Standardization), "ISO (International Organization for Standardization)," 2019. .
- [16] B. Giménez *et al.*, "La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información," *Innovar*, vol. 17, no. 29, pp. 27–48, 2007.
- [17] Normas ISO, "AA1 000 ASEGURAMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD," pp. 1–23, 2020, [Online]. Available: <https://www.normas-iso.com/brc-certificacion-global-seguridad-alimentaria/>.
- [18] R. Social, "Normas y certificaciones de responsabilidad social ," *Conex. esan*, pp. 4–7, 2016, [Online]. Available: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/normas-y-certificaciones-de-responsabilidad-social/>.
- [19] C. Lau, A. Jarvis, and J. Ramirez, "Agricultura Colombiana: Adaptación al Cambio Climático," *CIAT - Cent. Int. Agric. Trop.*, vol. 1, p. 4, 2011, [Online]. Available: http://dapa.ciat.cgiar.org/wp-content/uploads/2013/02/politica%7B_%7Dsintesis1%7B_%7Dcolombia%7B_%7Dcambio%7B_%7Dclimatico.pdf.
- [20] SGS, "Certificación SA 8000: responsabilidad social ," *Sostenibilidad*, pp. 1–2, 2016, [Online]. Available: <https://www.sgs.co/es-es/sustainability/social-sustainability/audit-certification-and-verification/sa-8000-certification-social-accountability>.
- [21] T. M. Jones, "Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined," *Calif. Manage. Rev.*, vol. 22, no. 3, pp. 59–67, Apr. 1980, doi: 10.2307/41164877.
- [22] Diario Oficial Noviembre 29 de 2020 (No. 51513), *Ley 99 de 1993 Congreso de Colombia*. 1993.
- [23] Diario Oficial Noviembre 29 de 2020 (No. 51513), *LEY 190 DE 1995 Congreso de Colombia*. 1995.
- [24] R. Collado, C. F., Baptista, L. P., & Hernández, *Metodología de la investigación*. 2014.
- [25] "Superintendencia Financiera de Colombia." <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/index.jsf> (accessed Apr. 30, 2021).
- [26] Bancolombia, "Cómo lograr que tu empresa sea sostenible," 2020. <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/sostenibilidad/actualidad-sostenible/como-lograr-que-tu-empresa-sea-sostenible> (accessed Apr. 30, 2021).
- [27] Forbes Staff, "Bancolombia es el banco más sostenible del mundo - Forbes Colombia," 2020. <https://forbes.co/2020/11/14/economia-y-finanzas/bancolombia-es-el-banco-mas-sostenible-del-mundo/> (accessed Apr. 30, 2021).
- [28] Banco de Bogotá, "Banco de Bogotá- educación financiera. Obtenido de Colombia tiene todos los ingredientes para ser líder en transformación digital, no sólo a nivel regional, sino a nivel global," 2021. <https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/nuestra-organizacion/sala-de-prensa/2019/transformacion-digital> (accessed Apr. 30, 2021).
- [29] La república, "El Banco de Bogotá fue reconocido como el Mejor Banco de Colombia durante 2020." <https://www.larepublica.co/finanzas/el-banco-de-bogota-fue-reconocido-como-el-mejor-banco-de-colombia-durante-este-ano-3098011> (accessed Apr. 30, 2021).
- [30] BBVA Colombia, "BBVA Colombia lidera la transformación digital del sector financiero," 2020. <https://www.bbva.com/es/bbva-colombia-lidera-la-transformacion-digital-del-sector/> (accessed Apr. 30, 2021).
- [31] Blog Davivienda, "DAVIVIENDA ESTÁ OFRECIENDO ALIVIOS Y AYUDAS A FAMILIAS, EMPRESAS E INDEPENDIENTES PARA SOBRELLEVAR LOS EFECTOS DEL COVID-19," *Davivienda*, 2020. <https://blog.davivienda.com/interno/davivienda-esta-ofreciendo-alivios-y-ayudas-a-fami> (accessed Apr. 30, 2021).