

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS**



**RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA Y SU
INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN EL BANCO
CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019**

TESIS

**Presentado por:
BR. NATALY AMELIA BRACAMONTE CARPIO**

**Asesor:
DR. LUCIO WALTER VALDERRAMA PÉREZ**

**Para Obtener el Grado Académico de:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

**TACNA – PERU
2020**

Agradecimiento

Mi agradecimiento es a Dios, quien está en cada instante dando luz a mi camino y el de mi familia.

A mis padres, Eduardo y Macarena por haberme apoyado siempre a lo largo de este recorrido camino hacia la superación.

Ing. Nataly Amelia Bracamonte Carpio

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido

Agradecimiento.....	ii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I:EL PROBLEMA.....	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Formulación del problema.....	17
1.2.1 Problema principal	17
1.2.2 Problemas secundarios	17
1.3 Justificación de la investigación	17
1.4. Objetivos de la investigación.....	18
1.4.1 Objetivo general	18
1.4.2 Objetivos específicos.....	18
CAPÍTULO II:MARCO TEÓRICO	20
2.1 Antecedentes del estudio.....	20
2.1.1 Antecedentes a nivel internacional.....	20
2.1.2 Antecedentes a nivel nacional	22
2.1.3 Antecedentes a nivel local.....	25
2.2 Base teórica científicas.....	26
2.2.1 Teorías.....	26
2.2.2 Definición de Responsabilidad social empresarial.....	27
2.2.3 Responsabilidad social bancaria.....	30
2.2.4 Competitividad.....	41
2.3 Definición de términos básicos	52
CAPÍTULO III:MARCO METODOLÓGICO	55
3.1 Formulación de la hipótesis.....	55
3.1.1 Hipótesis principal.....	55

3.1.2	Hipótesis secundarias	55
3.2.	Variables.....	55
3.2.1	Variable Independiente:.....	55
3.2.2.	Identificación de la Variable dependiente.....	56
3.3.	Tipo de investigación	57
3.4	Diseño de la investigación	57
3.5	Ámbito y tiempo social de la investigación	58
3.5.1	Ámbito de la investigación.....	58
3.5.2	Tiempo social de la investigación	58
3.6	Población y muestra	58
3.6.1	La unidad de estudio	58
3.6.2	Población.....	58
3.6.3	Muestra.....	58
3.7	Procedimientos, técnicas e instrumentos.....	59
3.7.1	Procedimientos	59
3.7.2	Técnicas de Recolección de los datos.....	60
3.7.3	Instrumentos para la recolección de los datos	60
	CAPÍTULO IV:LOS RESULTADOS	63
4.1	Descripción del trabajo de campo	63
4.2	Diseño de la presentación de los resultados	65
4.3	Resultados a nivel de variables, dimensiones e indicadores	66
4.4	Prueba estadística	97
4.5	Discusión de resultados.....	102
	CAPÍTULO V:CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107
5.1	Conclusiones	107
5.2	Recomendaciones.....	108
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
	ANEXOS.....	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición de la responsabilidad social empresarial	28
Tabla 2 Estándares de la RSE y otros documentos (tipología, descripción, dimensiones)	29
Tabla 3 Definición de responsabilidad social bancaria	31
Tabla 4 Escala de Alpha de Cronbach	61
Tabla 5 Alpha de Cronbach: Responsabilidad Social Bancaria	61
Tabla 6 Alpha de Crombach: Competitividad	62
Tabla 7 Variable independiente: Responsabilidad social bancaria	63
Tabla 8 Variable dependiente: competitividad	64
Tabla 9 Responsabilidad social bancaria	66
Tabla 10 Dimensión ética.....	67
Tabla 11 Compromisos éticos.....	68
Tabla 12 Relaciones transparentes con las partes interesadas	69
Tabla 13 Divulgación de valores.....	70
Tabla 14 Dimensión grupos de interés.....	71
Tabla 15 Responsabilidad social con los colaboradores	72
Tabla 16 Responsabilidad social con los clientes	73
Tabla 17 Responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno	74
Tabla 18 Dimensión ambiental	75
Tabla 19 Compromiso con la mejora de la calidad ambiental	76
Tabla 20 Mejora de procesos de gestión ambiental	77
Tabla 21 Contribución a la conservación del medio ambiente	78
Tabla 22 Dimensión social.....	79
Tabla 23 Organización acción social de la empresa	80
Tabla 24 Participación en las actividades sociales.....	81
Tabla 25 Informe de acciones sociales.....	82
Tabla 26 Balance social	83
Tabla 27 Competitividad.....	84
Tabla 28 Factores internos de la empresa	85

Tabla 29 Capacidad tecnológica	86
Tabla 30 Calidad de los recursos humanos	87
Tabla 31 Conocimiento de mercado y adaptabilidad.....	88
Tabla 32 Factores sistémicos	89
Tabla 33 Infraestructura tecnológica e institucional	90
Tabla 34 Factores de desarrollo microeconomico	91
Tabla 35 Capacitación y gestión tecnológica del banco	92
Tabla 36 Nuevos esquemas organizacionales	93
Tabla 37 Estrategias de ventas de servicios	94
Tabla 38 Recursos humanos.....	95
Tabla 39 Pruebas de Normalidad	96
Tabla 40 Estadístico de prueba - chi cuadrado.....	98
Tabla 41 Estadístico de prueba - chi cuadrado.....	99
Tabla 42 Correlaciones	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Responsabilidad social bancaria	66
Figura 2. Dimensión ética	67
Figura 3. Compromisos éticos.....	68
Figura 4. Relaciones transparentes con las partes interesadas	69
Figura 5. Divulgación de valores	70
Figura 6. Dimensión grupos de interés	71
Figura 7. Responsabilidad social con los colaboradores.....	72
Figura 8. Responsabilidad social con los clientes	73
Figura 9. Responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno.....	74
Figura 10. Dimensión aspecto ambiental	75
Figura 11. Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental.....	76
Figura 12. Mejora de procesos de gestión ambiental	77
Figura 13. Contribución a la conservación del medio ambiente.....	78
Figura 14. Dimensión aspecto social	79
Figura 15. Organización acción social de la empresa	80
Figura 16. Participación en las actividades sociales	81
Figura 17. Informe de acciones sociales	82
Figura 18. Balance social	83
Figura 19. Competitividad	84
Figura 20. Factores internos de la empresa.....	85
Figura 21. Capacidad tecnológica	86
Figura 22. Calidad de los recursos humanos.....	87
Figura 23. Conocimiento de mercado y adaptabilidad.....	88
Figura 24. Factores sistémicos	89
Figura 25. Infraestructura tecnológica e institucional.....	90
Figura 26. Factores de desarrollo microeconomico	91
Figura 27. Capacitación y gestión tecnológica del banco	92
Figura 28. Nuevos esquemas organizacionales.....	93

Figura 29. Estrategias de ventas de servicios	94
Figura 30. Recursos humanos	95

RESUMEN

A nivel mundial, aumenta la relevancia de la responsabilidad social, por tanto, es fundamental desarrollar el estudio en el contexto de las instituciones bancarias; por lo que el presente trabajo de investigación tuvo como propósito determinar de qué manera la responsabilidad social bancaria influye en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

En lo referente, el tipo de Investigación es básica. El diseño de investigación es no experimental, transeccional causal – explicativo. La muestra estuvo constituida por los usuarios del Banco Continental siendo un total de 384. El instrumento utilizado fue el cuestionario.

Se ha comprobado que la responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, ya que la prueba del pseudo R cuadrado, según el indicador de Nagelkerke, nos explica que la variable responsabilidad social bancaria tiene un nivel de influencia del 72% sobre la variable competitividad.

Palabras claves: responsabilidad social, competitividad, dimensión ética, dimensión social, dimensión ambiental.

ABSTRACT

At a global level, the relevance of social responsibility increases, therefore, it is essential to develop the study in the context of banking institutions; Therefore, the purpose of this research work was to determine how banking social responsibility influences competitiveness in Banco Continental, Tacna headquarters, 2019.

Regarding the methodology, the type of research is basic. The research design is non-experimental, causal - explanatory transectional. The sample was constituted by Banco Continental users, with a total of 384. The instrument used was the questionnaire.

It has been verified that bank social responsibility significantly influences competitiveness at Banco Continental, headquarters Tacna, year 2019, since the pseudo R-squared test, according to the Nagelkerke indicator, explains that the variable bank social responsibility has a level 72% influence on the competitiveness variable.

Key words: social responsibility, competitiveness, ethical dimension, social dimension, environmental dimension.

INTRODUCCIÓN

En el contexto global, las organizaciones bancarias tratan de elevar la competitividad y rentabilidad, por ello se hace perentorio que desarrollen prácticas de responsabilidad social bancaria, ya que permitirá fortalecer sus beneficios intangibles.

En Perú, la responsabilidad social bancaria debe ser inherente a sus actividades empresariales, en cuanto a las dimensiones: ética, que incluye los compromisos éticos, las relaciones transparentes con las partes interesadas y la divulgación de valores. En lo referente a la dimensión colaboradores, considera el respeto al individuo y diversidad, el desarrollo profesional y la empleabilidad, el cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo. Así como la responsabilidad social en la dimensión ambiental, que incluye el compromiso con la mejoraría de la calidad ambiental, la mejora de procesos de gestión ambiental y la contribución a la conservación del medio ambiente.

En lo referente a la dimensión social que trata la acción social de la organización , la participación en las actividades sociales y el balance social. Por tanto, el presente trabajo de investigación tuvo los siguientes objetivos; objetivo general: Determinar de qué manera la responsabilidad social bancaria influye en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019. Objetivos específicos: Analizar cómo es la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019. Establecer cuál es el nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019. Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

Asimismo, para ello, en el presente estudio se considera los siguientes capítulos:

El capítulo I, trata sobre el problema que involucra el planteamiento y la formulación del problema, la justificación y los objetivos de la investigación. Así como los antecedentes de la investigación.

El capítulo II, hace referencia al fundamento teórico científico de las variables de estudio.

El capítulo III, desarrolla el marco metodológico que involucra la hipótesis general y específicos. Así como el tipo y diseño de investigación, ámbito de estudio, la unidad de estudio, la población y la muestra, así como las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El capítulo IV, aborda los resultados, la descripción del trabajo de campo, el diseño de la presentación de los resultados , la prueba estadística, la comprobación de hipótesis (discusión).

Finalmente, se presenta las conclusiones, sugerencias o propuestas ; bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

A nivel internacional, la responsabilidad social en el sector financiero, es un componente crucial para el éxito de las organizaciones empresariales, sin embargo, algunas entidades financieras no la implementan a cabalidad. La responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE), es una tendencia que cada vez se incluye más en la estrategia de los entes organizativos. Para la Dirección del Trabajo del Gobierno de Chile (2005), la RSE es un estilo de gestión empresarial, que reconoce la relación en forma constante entre la organización y sus interlocutores.

De acuerdo al último informe del Anuario de Corresponsables, (2016), que divulga las prácticas de RSE de diversas organizaciones para poner en valor sus actividades responsables, sostiene que se evidencia una progresiva adopción y consolidación de políticas de RSE para optimizar la gestión empresarial.

Actualmente, los entes bancarios implementan diversas estrategias, como parte de sus políticas corporativas, para involucrarse en la ruta de la Responsabilidad Social Empresarial. No obstante, algunas entidades financieras no desarrollan óptimamente prácticas de tan importante aspecto, debido a que no valoran la importancia de desarrollar la responsabilidad social.

En la región Tacna, en el Banco Continental, uno de los principales bancos en Perú, por su reputación corporativa, considera políticas de responsabilidad social, y tienen la plena convicción, que si lo desarrollaría en forma efectiva, optimizaría su competitividad, sin embargo, todavía no se concretiza, sobre

todo en las dimensiones: ética, grupos de interés, dimensión ambiental y dimensión social.

Es necesario indicar que el sector bancario puede desempeñar un rol destacado entre el crecimiento económico y la protección del medioambiente para promover una institución ambientalmente sostenible y a nivel social responsable, por lo que sus actividades operativas bancarias pueden ayudar a la reducción global de las emisiones de carbono externa y la huella de carbono interna; sin embargo, no cuentan con una ‘tecnología verde’ y proyectos para la reducción de la contaminación.

La gestión de la indicada entidad bancaria no se enfoca en gran medida a la reducción de desperdicios, control de la contaminación, uso consciente de los recursos naturales, gestión preventiva de monitoreo del ambiente de trabajo desde los colaboradores hasta los clientes que lo habitan; es decir, que no desarrollan buenas prácticas de eficiencia; por lo que según la Guía de ecoeficiencia para empresas del Ministerio de Ambiente del Perú (2009), señala que «la ecoeficiencia se obtiene por medio del suministro de bienes y servicios con precios competitivos, que satisfagan las necesidades humanas y proporcionen calidad de vida, mientras reducen progresivamente los impactos medioambientales y el consumo de recursos a lo largo de su ciclo de vida».

Es necesario indicar que no se establece a veces estrategias que confluyen hacia la sostenibilidad. Además, dichas prácticas permiten el uso racional de los recursos, el fomento de la innovación y la competitividad.

El Banco BBVA Continental, a través de la implementación de un Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables, posee una política medioambiental que tiene las siguientes consideraciones: Esta política es de alcance global y se aplica en todas las actividades desarrolladas por el Grupo.

El Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables asume la responsabilidad de coordinar la política medioambiental y velar por su cumplimiento a través de un sistema de gestión ambiental. Los miembros del Comité de Dirección del Grupo BBVA impulsan el adecuado cumplimiento de esta política; sin embargo, a nivel de la sede de Tacna, en ocasiones no se esfuerzan por desarrollar y supervisar la implementación de la misma en el Grupo. Asimismo, si bien es cierto se ha incorporado la tecnología LED en los letreros de las 155 oficinas, a nivel Lima, pero todavía no está incorporando en la sede Tacna del banco, por lo que no se logra el ahorro de energía eléctrica y una menor generación de calor en el ambiente, lo que se traduce en menor contaminación. También se desarrolla el reciclado de papel, cartuchos de tóner, control del consumo de papel y agua, entre otros; pero no oportunamente.

Por otro lado, no se involucran en proyectos que abordan gestión sostenible como eficiencia energética, biocombustibles, transporte sostenible y construcción sostenible o también llamada *green building*.

En cuanto a la comunidad, no se evidencia notoriamente que, a través de las inversiones y/o proyectos de inversión, los bancos permitan el mejoramiento de la calidad de vida, impactando a los colaboradores de la organización puesto que son parte de la comunidad, razón por la cual se puede apreciar claramente la cadena de valor.

En la sede Tacna, el banco no implementa lineamientos ni políticas que promuevan actividades internas que repercuten en la sociedad. En el Ámbito interno no se realizan talleres de responsabilidad social. Sin embargo, como gestión de su capital humano cuenta con estándares de igualdad de condiciones y oportunidades para sus colaboradores.

En cuanto a los colaboradores, no se toma adecuadamente el desarrollo personal y familiar, pero si en el cuidado de la salud; seguridad y condiciones

de trabajo; política de remuneración y beneficios. Pero se observa también que no tienen iniciativas de mejorar el beneficio económico del trabajador durante su permanecía.

Con respecto a los grupos de interés orientado a los clientes, si bien es cierto se desarrolla productos y gestión de políticas de marketing y comunicación, ventas éticas, pero no se demuestra a cabalidad excelencia de servicio en atención al consumidor. Por otro lado, en cuanto a los grupos de interés orientado a los proveedores, no se les da un apoyo total para su desarrollo, así como en su evaluación y selección.

En cuanto a la comunidad, no existen relaciones fortalecidas con las organizaciones comunitarias de Tacna, no apoyan en forma permanente a proyectos ni a programas sociales en la ciudad. No promueven en gran medida una educación ambiental y compromiso de la organización hacia la comunidad.

En cuanto a los grupos de interés gobierno, no participa en proyectos gubernamentales y liderazgo que influya en la sociedad. En cuanto a la participación de proyectos gubernamentales, las organizaciones del sector bancario no contribuyen de manera permanente con recursos humanos o técnicos para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por el gobierno local o regional, o si se adoptan o desarrollan asociaciones con entidades públicas, con el objetivo de mejorar el nivel de desempeño de los funcionarios públicos. Así mismo, la entidad bancaria no participa en gran medida en la elaboración de propuestas de carácter social, que luego son comunicadas a las autoridades de Gobierno con el objetivo de su adopción. Es importante indicar que las entidades del sector bancario no realizan controles ambientales a las empresas o proyectos de sus clientes.

La organización no implementa la RSE relacionado a la protección del medio ambiente, en sus estrategias, es decir, que no muestran preocupaciones medioambientales.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema principal

¿De qué manera la responsabilidad social bancaria influye en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019?.

1.2.2 Problemas secundarios

- a) ¿Cómo es la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019?.
- b) ¿Cuál es el nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019?.
- c) ¿Cuál es la relación que existe entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019?.

1.3 Justificación de la investigación

Justificación teórica

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos sobre responsabilidad social con respecto a la dimensión ética, social, ambiental y la competitividad, encontrar explicaciones a situaciones internas del Banco Continental, sede Tacna.

Justificación práctica

De acuerdo a los objetivos de la investigación, su resultado permite encontrar soluciones concretas a problemas de la responsabilidad social bancaria y la

competitividad, con respecto a la dimensión ética, dimensión de grupos de interés y dimensión ambiental en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

Justificación social

El presente estudio se justifica socialmente, debido a que beneficiará a los grupos de interés de las entidades financieras, ya que al desarrollar un buen aspecto ético, una relación buena con los grupos de interés, un adecuado aspecto ambiental y aspecto social, que conllevaría a que los entes financieros al diferenciarse de los demás, permitirá que sean más competitivos que las demás organizaciones financieras, lo que conducirá a elevar su cartera de clientes y, por ende, su rentabilidad.

Justificación metodológica

Para lograr los objetivos del estudio, se acude al empleo de técnicas de investigación como el cuestionario y su procesamiento en software para medir la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental sede de Tacna, desarrollado por el investigador. A través de la aplicación del cuestionario y el procesamiento en el SPSS 23, los resultados se apoyan en la aplicación de técnicas de investigación válidas.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Determinar de qué manera la responsabilidad social bancaria influye en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Analizar cómo es la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.
- b) Establecer cuál es el nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

- c) Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

Cea (2010) elaboró el estudio “*La responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la Unión Europea. Análisis empírico y propuesta de modelo normalizado*” (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Madrid - España. El autor concluye que las acciones de responsabilidad social corporativa implica el desarrollo de acciones éticas y altruistas. Es decir, muestran interés social hacia la comunidad, a los grupos de interés. Los resultados de la hipótesis determinaron que las entidades bancarias deben priorizar los grupos de interés, que contribuye a que eleve su buen desarrollo de responsabilidad social empresarial, lo que contribuye a elevar su imagen corporativa y su rentabilidad.

Rosero (2015) elaboró el estudio “*Relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial: un análisis en la Banca europea*”. (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid – España. El autor concluye que la empresa responsable socialmente, se basa en los impactos sociales y medioambientales que ocasionan cuando desarrollan sus tareas y actividades. Las entidades bancarias implementan las políticas de responsabilidad social que son publicados en la Comisión Europea. Asimismo, se demostró que existe una relación positiva de la RSE sobre el desempeño financiero. Los bancos consideraron el componente social, medioambiental y de gobierno corporativo, lo que ha contribuido a elevar su imagen empresarial.

Wong (2015) elaboró el estudio “*Responsabilidad social y su aplicación en los créditos bancarios – Ecuador*”. (Tesis de Grado). Universidad de Guayaquil. El autor concluye en lo siguiente:

- Antes la responsabilidad de los entes organizativos, era maximizar las ganancias para sus accionistas y sus clientes, orientado a elevar una cultura financiera de la especulación, financiando a prestatarios con capacidad crediticia y generando un estado de exclusión financiera de grupos sociales vulnerables.
- La Responsabilidad Social que puedan asumir las entidades financieras, va a conseguir que la actividad bancaria tenga un compromiso social, para crear una cultura financiera que posibilitara el uso ético y sostenible del dinero.
- La sostenibilidad permite optimizar la calidad de vida de los grupos de interés, tanto en lo económico, social y ambiental, por lo tanto la relación directa entre estas variables se encuentra en que toda organización socialmente responsable, por lo que es un hecho que contribuye al desarrollo sostenible, y mejorar los estilos de vida sostenible.
- Se identifican dimensiones que delimitan la profundidad del compromiso social de la Institución Financiera: La promoción del ahorro e inversión socialmente responsable, son dimensiones que hacen notar el compromiso social del ente financiero.

Asimismo, el resultado de la hipótesis es que la responsabilidad social se relaciona de manera directa con la aplicación en los créditos bancarios – Ecuador.

Truño (2016) elaboró el estudio “*La responsabilidad social corporativa, una aproximación en el sector bancario*”. (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona, España. El autor concluye que se puede confirmar que la imagen de la entidad se

relaciona con la satisfacción de los consumidores; por lo que se hace énfasis que los entes bancarios deben dar prioridad a sus grupos de interés como los clientes, proveedores, y sobre todo la comunidad. La responsabilidad social bancaria debe ser inherente a sus actividades empresariales, en cuanto a las dimensiones: ética, que incluye a sus compromisos, las relaciones transparentes con las partes interesadas y la divulgación de valores. En lo referente a la dimensión colaboradores, considera el respeto al individuo y diversidad, el desarrollo profesional y la empleabilidad, el cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo. Así como la responsabilidad social en la dimensión ambiental, que incluye el compromiso con la mejoría de la calidad ambiental, la mejora de procesos de gestión ambiental y la contribución a la conservación del medio ambiente.

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional

Bocanegra (2010) elaboró el estudio “*El Componente comunicacional en los programas de responsabilidad social empresarial en las entidades financieras peruanas: Caso del Banco de la Nación*”. (Tesis de grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. El autor concluye en lo siguiente: Lamentablemente en Perú, todavía la responsabilidad social empresarial no tiene fuerza, uno de los aspectos cruciales es que cumplan con la legislación vigente en el rubro de los entes financieros, es decir, teniendo en cuenta el principio de legalidad. Es necesario que haya más empresas que desarrollan buenas prácticas de responsabilidad social empresarial a nivel nacional, con el objetivo de elevar el desarrollo humano sostenible. De acuerdo a la hipótesis se confirmó que la comunicación de responsabilidad social corporativa del Banco de la Nación en el programa de responsabilidad empresarial contribuye a que la institución consiga sus objetivos institucionales.

Corredor et al (2016) elaboraron el estudio “*El Estado de la Gestión con Enfoque en Responsabilidad Social Empresarial en los cinco principales bancos en Colombia*”. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. El autor concluye en lo siguiente:

- En el componente visión y estrategia se encontró un 95% de cumplimiento sobre los indicadores Ethos-IARSE, donde se muestra el alto enfoque del sector bancario en Colombia, donde se comprende los requerimientos de sus clientes, con la implementación de estrategias y objetivos alineados a la RSE con sus diferentes grupos de interés, incrementando el compromiso de sostenibilidad y permanencia en el tiempo a través de su modelo de negocio.

- En el componente gobierno corporativo y gestión, se encontró un 89% de cumplimiento sobre los indicadores Ethos-IARSE, lo cual resalta el cumplimiento del sector en temas de gobernabilidad corporativa, sustentabilidad, y prácticas anticorrupción. Así en los entes bancarios cumplen a cabalidad con la reglamentación para evitar tener negocios o dinero proveniente de actividades ilícitas; para lo cual, se puede observar la gestión y el compromiso en sus reportes financieros y por medio de la implementación y desarrollo de programas de RSE.

Beltrán, Quintana e Hidalgo (2016) elaboraron el estudio “*Responsabilidad social empresarial en el sector financiero. análisis de una empresa local a través del benchmarking de 3 empresas extranjeras en buenas prácticas en la gestión de equidad de género, durante el periodo 2014-2016*”. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – Lima. (Trabajo de suficiencia profesional). El estudio concluye en lo siguiente:

- Se encontró que si bien Scotiabank Perú promueve algunas iniciativas con las que buscan promover la equidad de género dentro de su organización, éstas no forman parte de una estrategia de diversidad a largo plazo. No implementa dos propuestas: la primera, el establecimiento de un claro objetivo de mujeres en las gerencias a lo largo de toda la organización para que, como consecuencia, se desprendan prácticas planificadas ; la segunda, la creación de una comunidad de mujeres que fomente la equidad de género, y que se centre en el empoderamiento de la mujer.

Se demostró la hipótesis: Las prácticas u oportunidades de mejora propuestas para la compañía serían el establecimiento de indicadores de gestión que midan el porcentaje de mujeres en puestos gerenciales dentro de la organización hacen notar que desarrollan en alguna medida una buena responsabilidad social corporativa (Scotiabank Perú, 2015).

Los resultados de las hipótesis confirman que el alto compromiso con la equidad de género de Scotiabank Perú, como parte de su responsabilidad social corporativa se relaciona de manera directa con su nivel de competitividad.

Canto, Guerra, Medina, y Ríos (2016) elaboraron el estudio *“Diagnóstico y propuestas de mejora para una banca socialmente responsable, en el Perú”*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Los autores concluyeron que, desde una perspectiva de RSE, la banca peruana tiene un mayor grado de integración con el *stakeholder* ‘cliente’, enfocando sus procesos, políticas y estrategias para lograr un respeto a la privacidad del consumidor, una excelencia de servicio en atención al consumidor y ventas éticas.

- En cuanto a los *stakeholders* ‘accionistas’ y ‘proveedores’, se considera que la percepción de los colaboradores de la banca peruana

es que este sector realiza acciones para establecer relaciones con la competencia, desarrolla principios éticos y trabaja en un buen gobierno corporativo. Por el lado de los proveedores, existe un riguroso y transparente proceso para la evaluación y selección de proveedores.

Los resultados de las hipótesis confirman que al tener buenas relaciones con los grupos de interés el ente organizativo mejora el nivel de competitividad, al fortalecer también sus compromisos éticos, las relaciones transparentes con las partes interesadas y la divulgación de valores.

2.1.3 Antecedentes a nivel local

Hidalgo (2018) elaboró el estudio “*Influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen institucional de las entidades Financieras de Tacna, año 2017*” (Tesis de doctorado). Universidad Privada de Tacna. El estudio confirmó la hipótesis que la responsabilidad social empresarial influye en la imagen institucional que perciben los clientes (valor de chi-cuadrado = 6,698 y valor $p = 0,010$), el balance social influye en la imagen institucional que perciben los clientes (valor de chi-cuadrado = 3,893 y valor $p = 0,048$); y que el 57,9% de los clientes considera que es de nivel regular la responsabilidad social empresarial de las entidades financieras de Tacna, y el 61,2% del grupo considera que es de nivel regular la imagen institucional de las entidades financieras.

Velarde (2019) elaboró el estudio “La responsabilidad social empresarial y su influencia en el posicionamiento de las entidades bancarias en Tacna, 2018”. (tesis de doctorado). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann- Tacna. El estudio concluyó que existe influencia significativa de la responsabilidad social empresarial sobre el posicionamiento de las entidades bancarias de Tacna; de igual forma

en cada una de las dimensiones de la variable “Responsabilidad social empresarial” respecto a la variable “Posicionamiento”. Asimismo, se comprobó que existe influencia significativa de la dimensión social sobre el posicionamiento de las entidades bancarias de Tacna.

2.2 Base teórica científicas

2.2.1 Teorías

a) Teorías instrumentales

Esta teoría está fundamentada en el desarrollo de responsabilidad social empresarial, Friedman (1970) citado por Vidal y Morrós (2016), considera que es incrementar sus beneficios señala en primer lugar que debe existir distinción entre Sociedad Mercantil, entendida está como la persona artificial incapaz de cumplir con responsabilidades, y la persona individual que conforma dicha sociedad, quien puede realizar acciones reales con causas y efectos, diciendo hasta qué grado se encuentra comprometida para generar bienestar al entorno que la rodea, es decir, los responsable socialmente son los propietarios o ejecutivos corporativos frente a los grupos de interés. Así pue Friedman, citado por Cansino y Morales, (2008) sostiene que las personas deberían ser encargados de generar actos socialmente responsables, mientras los entes organizativos son un agente generador de riqueza para los accionistas. Asimismo, se considera el fundamento de la teoría instrumental que no es más que la obtención de riqueza empresarial, el posicionamiento en el mercado, la sustentabilidad y la credibilidad mediante actividades sociales que produzcan un clima de confianza entre la Sociedad Mercantil y la comunidad.

b) Teorías integradoras

Esta teoría hace referencia a una agrupación de aspectos u obligaciones de carácter económico, legal, ético y filantrópico que deben seguir las empresas al momento de su constitución a fin de obtener una licencia de operaciones que le asegure la aprobación bien sea por los organismos legales correspondientes o por la misma colectividad de forma pragmática que le permita cumplir de manera satisfactoria con sus objetivos. Carrol (1979) citado por Navarro (2012), sostiene la responsabilidad social empresarial como un instrumento que debe incluir en su esencia lo económico, legal, lo discrecional y lo ético, pues sin duda toda sociedad mercantil persigue la obtención de utilidades, considerando actividades que coadyuven a incrementar la rentabilidad de sus socios. En cuanto a lo normativo, la organización debe tener en cuenta un marco normativo que le de la validez en su ejercicio. Lo ético que permite que haya equilibrio social. La conducta de la organización debe orientarse a través de la ética lo que influirá en la protección social y ambiental. Y para concluir lo discrecional, que no se encuentra plasmado en la ley, y que está en función de la voluntad del ciudadano corporativo en contribuir o no por causa sociales.

c) Teorías de la ética y la moral en las organizaciones

Esta teoría valora la ética y la moral como fundamentos necesarios en la actuación de los entes organizativo, debido a que si una organización trabaja en armonía, entusiasmo y con proactividad contagiará de forma positiva a todos los agentes involucrados en su actividad (Aránzazu, 2019).

2.2.2 Definición de Responsabilidad social empresarial

A continuación se presenta el concepto de la responsabilidad social empresarial en la siguiente tabla:

Tabla 1
Definición de la responsabilidad social empresarial

Estándares	Concepto
ISO 26000 (Norma Guía)	Responsabilidad de un ente organizativo ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente” (ISO 26000:2010, p.4)
Cuadro central, indicadores sociales AECA (la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas	La responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de los entes organizativos con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su compromiso social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa”. (AECA, 2003, p. 9)
SGE 21: 2008, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable	La Responsabilidad Social es la integración voluntaria de las diferentes preocupaciones, teniendo en cuenta el principio de legalidad, como: sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos (INGECAL, 2011, p. 3)
Indicadores de Responsabilidad Empresarial	Ethos de Social
	La RSE es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos que tienen relación con el ente organizacional son: las organizaciones de interés civil, social - ambiental, además de aquellos usualmente reconocidos por los gestores – público interno, accionistas y consumidores/ clientes (Ethos: 2005, p.9).

Fuente: Duque, Cardona, y Rendón, (2013).

2.2.2.1 Estándares de la RSE y otros documentos

Para mayor precisión de la responsabilidad social empresarial se considera la siguiente tabla:

Tabla 2
Estándares de la RSE y otros documentos (tipología, descripción, dimensiones)

Título	Tipología	Descripción	Dimensiones
ISO 26000	Es una guía. No es certificatoria ni regulatoria	Proporciona una guía a las organizaciones sobre los principios, temas centrales relacionados con la responsabilidad social, considerando tareas o acciones cotidianas en un ente organizativo, incluyendo aquellas actividades de involucramiento de stakeholders". (ISO/WD 26000, 2006 P.8	Medio ambiente Derechos humanos Prácticas laborales Prácticas de negocio justo Participación de la comunidad Responsabilidad del producto.
Cuadro central, indicadores sociales AECA (la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas)	Es un Marco Conceptual que ayuda a entender la Responsabilidad Social Empresarial fundamentalmente para PYMES. No certificable	Funciona para la creación de los informes sobre RSC de las MyPimes y preparación de los indicadores detallados (AECA, 2003)	Empleados Clientes Accionistas
Global Reporting Initiative - GRI	Guía. No auditable ni certificable.	La GRI ha elaborado un marco que aporta directrices sobre la elaboración de memorias de RSE, incluyendo	Materialidad Participación de lo grupos de interés

		los impactos económicos, sociales y ambientales de una empresa. (SDStrandberg, 2010: 15)	Contexto de sostenibilidad y exhaustividad	de y
			Indicadores categorizados en económicos, ambientales y sociales	en y
SGE 21: 2008	Norma auditable y certicable por FORÉTICA	Permite establecer un Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable en las organizaciones. (Forética: 2008, p. 5)	Alta Dirección	
Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable			Clientes	
			Proveedores	
			Entorno social	
			Entorno ambiental	
			Inversores y competencia	y

Fuente: Duque, Cardona, y Rendón, (2013).

2.2.3 Responsabilidad social bancaria

2.2.3.1 Definición

Para ello es necesario primero indicar la responsabilidad social en el sector financiero. Al respecto, World Bank (2006), la RSE se define como el hacer negocios en el marco de principios y valores éticos, ceñidos a la legislación. Para esta institución, es la empresa y no el empresario quien tiene una responsabilidad ante la sociedad o la comunidad donde se desenvuelve. En cambio, para la Comisión Europea la definición de RSE es más amplia, se trata del impacto del ente organizativo en la sociedad, considerando que cumplir con la ley y con los acuerdos colectivos es el punto de partida. El ente organizacional integra a sus estrategias las preocupaciones medioambientales y sociales, junto con el respeto por los derechos humanos. Se pretende maximizar la creación de valor de la empresa,

pero compartido con los consumidores y con la sociedad en general, en un sentido muy amplio (Escobar & González, 2005).

2.2.3.2 Definición

Tabla 3

Definición de responsabilidad social bancaria

Autor	Definición
Marquina (2009)	Conjunto de políticas, prácticas y programas, que se incrustan en las operaciones de las organizaciones bancarias, cuyas estrategias deben centralizarse en el desarrollo sostenible de las operaciones mediante la toma de decisiones en las cuales se adopten medidas para las demandas de los grupos de interés relevantes (por ejemplo: accionistas, empleados, clientes, proveedores y las comunidades locales. La RSE en la presente investigación se ha enfocado al concepto de valor compartido).
Scholtens (2009)	Es un aspecto de alta importancia y que se encuentra en crecimiento dentro de la industria bancaria internacional. Asimismo, afirmó que existe una relación positiva y significativa entre RSE de los bancos, su calidad y tamaño financiero.
Ásványi (2009)	La información de los programas de RSE de las entidades financieras es detallada pero no se informa por algún medio sobre los resultados obtenidos luego de ejecutarlos.
Duque y Martínez (2012), Niño y Llorente (2009)	Los entes bancarios tienen mayor grado de madurez en temas de responsabilidad social perciben que el aumento de la penetración de los servicios financieros básicos es parte de sus compromisos con la sociedad (p. 176)
Álvarez, Silvestri y Hernández (2011)	Las empresas bancarias son generadoras de estrategias que contribuyen al desarrollo del país, mediante la puesta en marcha de prácticas responsables que coadyuven a la comunidad. Por tanto, los bancos deben considerar criterios sociales y ambientales en sus procesos.

Fuente: elaboración propia extraído de (Comisión Europea citada por Cancino & Morales, 2008)

2.2.3.3 Componentes de la responsabilidad social bancaria

De acuerdo a Beltrán et al (2016), los componentes de la responsabilidad social, son:

a) Dimensión ética:

Comprende los compromisos éticos, las relaciones transparentes con las partes interesadas y la divulgación de valores. De acuerdo a Navarro (2012), definieron a la banca ética como a aquellos bancos que financian proyectos sociales, culturales y medioambientales de forma transparente. De esa manera, mejoran el bienestar general de la población y de su entorno, trabajando por un mundo más justo y promoviendo una economía responsable y solidaria.

- Compromisos éticos

Con relación a la adopción o incorporación de valores y principios éticos, en el banco, los valores de la organización están documentados y divulgados, formando parte del código de ética conocido en todos los niveles del ente organizativo (Camejo, 2018).

En el caso que en la organización exista un código de ética y/o declaración de valores, éste aborda a tres o más de las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas.

En el caso que en la organización exista un código de ética y/o declaración de valores, prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (corrupción, soborno, doble contabilidad) para obtener ventajas económicas. Expresa el compromiso de transparencia y veracidad de la información suministrada a todas las partes interesadas. Los valores son transmitidos al interior de la organización en forma esporádica o en momentos específicos (ejemplo:

incorporación de nuevos empleados, procesos de auditoría). El arraigamiento y compromiso con los valores éticos forma parte de la estructura organizacional del banco (Gil, 2018).

- Relaciones transparentes con las partes interesadas

Evalúa si la institución financiera cuenta con instancias (comités y/o consejos) responsables de las materias éticas. Con relación a las partes interesadas (empleados, consumidores, proveedores, accionistas, gobierno, comunidad). Asimismo, verifica si discute estrategias y problemas sólo a nivel de los líderes del ente organizativo. Con relación a la divulgación de acciones de responsabilidad social, evalúa si la institución pública las cumple con regularidad (Wong, 2015).

Con relación a la divulgación de acciones de responsabilidad social, evalúa si la institución financiera publica de manera anual un Balance Social que incorpora a sus Estados Financieros, el que contiene aspectos cuantitativos de las acciones sociales que realiza, información que utiliza como herramientas de gestión de los negocios (Vidal y Moros, 2015).

- Divulgación de valores

De acuerdo a Aránzazu (2019), los valores son transmitidos esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con foco en el público interno. Se evalúa si existen procesos sistemáticos de difusión de los valores, tanto para los empleados como para asociados externos. Además de ser sistemáticamente difundidos los valores y principios, su adopción es evaluada y verificada periódicamente. Los Empleados, líderes de la organización y asociados son motivados a contribuir para el monitoreo de la adopción de los valores y principios éticos de la empresa. Se verifica si se expone públicamente con frecuencia, sus principios con

relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su website, de material institucional, del informe anual, entre otras cosas).

b) Dimensión grupos de interés

- Responsabilidad social con los colaboradores

Hace referencia a la responsabilidad social con los colaboradores, que son los trabajadores de la organización, es decir, el banco, y si éste respeta a la persona, con la práctica de la equidad y diversidad, que se verifica si la entidad financiera realiza el reclutamiento, entrenamiento y promoción de personal, se basa en calificaciones, habilidades y experiencia. Si se cumplen el principio de legalidad en materia laboral. Si no contrata ni se beneficia de cualquier uso de trabajo forzado u obligatorio. Si la empresa cumple con los pagos cuando los trabajadores hacen horas extras. Si se desarrollan estrategias de reclutamiento que apoyan la diversidad (Rosero, 2015).

Asimismo, si la organización desarrolla el aspecto profesional y empleabilidad, de sus trabajadores, es decir, si la institución financiera desarrolla un sistema equitativo de acceso a la formación y promoción profesional para todas las personas. Si promueve actividades de capacitación enfocadas al desempeño de tareas específicas. Si cuenta con programas de desarrollo de carrera para los empleados. Si cuenta con programas de desarrollo de habilidades y conocimientos para los empleados (Rosero, 2015).

Con respecto a la RSE en la dimensión laboral, Duque y Martínez (2012) realizaron un estudio en el cual afirman la existencia de un suplemento de la *Global Reporting Initiative* (Iniciativa del Reporte Global, GRI por sus siglas en inglés), reporte basado en la implementación del triple balance (*triple bottom line*), económico, social y medioambiental, para el sector de servicios financieros, en

donde sugieren que las entidades financieras deben contar con políticas y prácticas relacionadas a las amenazas, violencia en el lugar de trabajo, para apoyar a los empleados y sus familias o comunidad, en las circunstancias de ataques y agresiones por parte de clientes u otros, lavado de dinero o terrorismo. Frente a ello, en su estudio a entidades bancarias no se evidenciaron programas de educación, prevención, orientación o control de riesgos.

De acuerdo a Camejo (2018), refiere cuando una empresa implementa RSE, asume total responsabilidad sobre sus acciones y los efectos que estas puedan generar en sus clientes, en sus empleados y en el entorno en general. Además, considera el cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo.

- Responsabilidad social con los clientes

Hace referencia a si la entidad financiera promueve políticas efectivas de relaciones con los clientes.

- Responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno

Hace referencia a si la entidad financiera promueve políticas efectivas de relaciones con los órganos reguladores y de gobierno.

c) Dimensión ambiental

- Compromiso con la mejora de la calidad ambiental

Si la política ambiental es formal, todos los empleados la conocen y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la institución financiera. Si se mantiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégica. Si participan en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad. Si contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados. Si realiza estudios de impacto

ambiental según las exigencias de la legislación, realiza actividades de control y monitoreo regulares. Si está certificada por la norma ISO 14001 u otra norma ambiental equivalente. En el caso de norma equivalente, se especifica : ISO 14000, ISO 14001, ISO 17025 (Camejo, 2018).

- Mejora de procesos de gestión ambiental

Hace referencia si la institución financiera , dentro de su patrón tecnológico actual, procura reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implementar procesos de disposición adecuada de residuos. Se evalúa , para cubrir su parte de responsabilidad con respecto al uso de recursos e impactos sobre el medio ambiente. Si cumple rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional. Si la institución financiera, además de cumplir con la normativa vigente, desarrolla programas de mejoramiento de la gestión ambiental, actuando de manera preventiva, para ello cuenta con unidades o áreas responsables de la operabilidad de las acciones ambientales e incluye variables ambientales en su plan estratégico (Navarro, 2012).

- Contribución a la conservación del medio ambiente

Si la institución financiera participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la problemática ambiental junto al gobierno y la comunidad. Se evalúa si contribuye a la preservación de la biodiversidad a través de proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programas de protección a animales amenazados de extinción.

Asimismo, Rosero (2015) declararon que la banca sostenible es la decisión de la entidad de ofrecer productos y servicios únicamente a los clientes que consideran el impacto social y medioambiental en sus

acciones, como por ejemplo el préstamo responsable. Para ello, es importante que las entidades del sector bancario realicen controles ambientales a las empresas o proyectos de sus clientes. La organización que implementa RSE integra a sus estrategias las preocupaciones medioambientales y sociales, junto con el respeto por los derechos humanos.

d) Dimensión social

- Organización Acción social de la empresa

Hace referencia si la institución financiera conoce profundamente el trabajo de este tipo de entidades y las apoya en proyectos específicos a través de donaciones y financiamiento de proyectos y/o desarrolla proyectos propios que benefician a la comunidad local.

Se evalúa si la acción social del ente financiero de su empresa está organizada sobre la base de: Administración arbitraria por parte de un director o gerente a partir de solicitudes externas.

Se analiza si su empresa tiene procedimientos de consulta periódica a los beneficiarios sobre su acción social. Así como, se evalúa si su empresa Incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planeamiento estratégico de la empresa (Wong, 2015).

- Participación en las actividades sociales

En su participación en las actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, su empresa: Considera que cumple su obligación pagando los impuestos y participa de actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, contribuye ocasionalmente en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos (Camejo, 2018).

- Informe de acciones sociales

Se evalúa si la institución financiera participa y contribuye ocasionalmente en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos. Se verifica si se elabora un informe anual, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos (Wong, 2015).

- Balance social

Se trata si la institución financiera produce un balance social fácilmente accesible que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, conteniendo exclusivamente resultados favorables. Se analiza si se produce un balance social fácilmente accesible, elaborado con amplia participación interna y de stakeholders externos, que integra dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas, para el próximo período. Asimismo, se verifica si la organización expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet (Gil, 2018).

2.2.3.4 Implicaciones para la gestión de la RSC en entidades financieras

En los últimos años, a la RSC en las entidades financieras se la observa como una oportunidad de mejora del ente organizativo trabajando con los distintos stakeholders y no exclusivamente para los accionistas. El interés de los principales directivos de los entes financieros se centra en la explotación de esta responsabilidad social para conseguir que el impacto sea el máximo posible. Por último, la relación bidireccional que se observa en este análisis, permite comprender también que a medida que las entidades se inician en la integración de la RSC en su

empresa y consigan mejorar su eficiencia entrarán en un círculo donde cada vez será más fácil dedicar esfuerzos y recursos en los heterogéneos grupos de interés porque la organización será a la vez más eficiente (Aranda, 2015).

Últimamente, el debate sobre la relevancia de la RSC se ha centrado en muchas ocasiones en determinar si aporta beneficios (especificando de qué tipo y para quién) cuando se incluye en la gestión y dirección empresarial. En esta dirección Simpson & Kohers (2002) citado por Aranda (2015) defienden que la RSC mejora el rendimiento financiero del ente organizativo.

2.2.3.5 Paradigma de la responsabilidad social corporativa (RSC)

La empresa socialmente responsable es aquella que dentro de su estrategia de negocio no incluye sólo las dimensiones que conducen a objetivos financieros de interés para sus propietarios, sino que también incorpora objetivos sociales y medioambientales. Incluso introduce elementos de comportamiento ético que interesan a los distintos grupos de interés relacionados directamente con la actividad de cada empresa concreta y con los intereses de la colectividad, no sólo la de su entorno natural sino incluso en su dimensión mundial, a favor de un desarrollo sostenible del propio ente organizativo y de la colectividad nacional e internacional.

De acuerdo a Truño (2016), el término empresa responsable en la sociedad actual le da relevancia a la satisfacción de los grupos verdaderos de los grupos de interés mediante la integración de forma voluntaria, entre otros, de las preocupaciones sociales y medioambientales de los mismos en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con los heterogéneos interlocutores. La empresa responsable sabe que debe controlar el cuidado de su mercado, ya que

tal aspecto garantiza su sostenibilidad a largo plazo, que es la generación de capital económico como la creación de valor social y medioambiental.

Por su parte, la Fundación Ecología y Desarrollo (2004) citado por Aránzazu (2019), considera que las organizaciones (empresariales) desarrollan su responsabilidad social cuando le dan relevancia a las expectativas que tienen sus heterogéneos grupos de interés (accionistas, inversores, empleados, socios, clientes, proveedores, comunidades locales, medio ambiente).

La adopción de criterios de responsabilidad social en la gestión organizativa es un proceso que entraña tres actividades:

- La formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, ambiental y social;
- La transparencia informativa sobre los resultados alcanzados en cada ámbito;
- El escrutinio externo de los resultados.

El movimiento de los núcleos activistas en la sociedad civil ha sido muy fundamental para exigir conductas socialmente responsables a los enormes entes organizativos. También ha sido un elemento clave para la protección de los intereses de determinados grupos a favor de causas generales como el desarrollo sostenible, la defensa de la naturaleza y derechos humanos.

En todo caso, las organizaciones activistas vienen representando un factor clave para el surgimiento de una nueva cultura empresarial que sería el comportamiento socialmente responsable. Este se está generalizando, así como también su efecto externo natural de ofrecer

información pública fiable de las actuaciones y resultados conseguidos por los entes organizativo en sus distintas acciones de RSC. (Camejo, 2018).

2.2.4 Competitividad

2.2.4.1 Teoría

El paradigma de la competitividad está ligado a una visión particular de desarrollo económico y de las fuentes que originan el mismo. Para Smith, las empresas industriales tienen una ventaja comparativa que es la de producir con los menores costos. La fuente de competitividad es la dotación inicial de recursos que permite mantener bajos los precios de los factores abundantes y de los productos creados con esos factores. Dentro de esta visión no está presente la idea de que las capacidades productivas y competitivas de los países se puedan elevar mediante la creación de nuevos factores. La ventaja comparativa relativa la tienen las industrias que producen con mayor productividad.

Los modelos neoclásicos tradicionales sostienen que es por la existencia de una función de producción con dos factores, trabajo y capital, con rendimientos constantes a escala y rendimientos decrecientes de cada factor.

De acuerdo a Emil (2011), explica el crecimiento a largo plazo mediante una variable exógena, el progreso técnico, variable la que coadyuva oponer la tendencia a los rendimientos decrecientes; sin embargo, como es una variable exógena, no puede ser manipulada por los agentes económicos. No obstante, las teorías del crecimiento endógeno tienen en cuenta el progreso técnico como una variable endógena que puede ser manipulada por los agentes económicos a través de decisiones sobre inversión en tecnología. Para ellos, hay

aspectos para generar nuevo conocimiento como el capital humano como el conocimiento general. En este aspecto es fundamental que algunas teorías explicativas del fenómeno subdesarrollo ya apuntaban a variables endógenas que debían ser manipuladas para lograr superarlo.

Es vital que se cree estructuras productivas correctas políticas públicas para la solución a esta situación. También se crearían los factores de producción que no están en las economías latinoamericanas. Sin embargo, este pensamiento, al que se denominó estructuralista, no se convierte en generalmente aceptado.

Las teorías del crecimiento endógeno de los años noventa traen de nuevo a la discusión, en primera instancia, la idea de que el proceso de crecimiento es producto de decisiones a conciencia, particularmente decisiones de inversión en tecnología.

En segunda instancia, como las economías parten de diferentes bases tecnológicas, no se puede suponer que se produzca una convergencia entre las tasas de crecimiento de economías con heterogéneos niveles de desarrollo a partir de procesos de apertura comercial. Los modelos de crecimiento endógeno recomiendan la intervención a través de políticas públicas.

2.2.4.2 Definición

De acuerdo a Pérez, Sarmiento, y Fortaleza, (2018), considera que la competitividad es la destreza de una empresa de tener un desarrollo constante, con referencia a la capacidad de poder diseñar, poder producir y tener comercialización de bienes y servicios. La competitividad tiene un sentido comparativo, es decir, se mide a través de parámetros que las organizaciones compiten en un mercado local,

regional, nacional o mundial. Por su parte, Vázquez (2017), la competitividad es la capacidad de competir. Desde la perspectiva económica, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores. En esa dirección, estos factores tienen influencia en la capacidad competitiva, con la relación entre la calidad y el coste del producto, el nivel de precios de los insumos, así como el nivel de salarios en el país productor. Asimismo, otros aspectos muy fundamentales para elevar la competitividad son la eficiencia de los sistemas o técnicas de producción y el aprovechamiento de los recursos indispensables para la elaboración de bienes y servicios, es decir, la productividad.

2.2.4.3 Componentes de la competitividad

a. Factores internos de la empresa

Son los que aparecen bajo su ámbito de decisión y por medio de los cuales la empresa procura distinguirse de sus competidores

Los factores internos de la empresa hacen referencia a la capacidad tecnológica, calidad de los recursos humanos, conocimiento de mercado y adaptabilidad, relaciones adecuadas con clientes y abastecedores (FAO, 1997).

Los factores internos de la empresa consideran lo siguiente:

- Capacidad tecnológica

Posesión de actitud, aptitud, habilidad y conocimiento requeridos para generar y aplicar tecnología de manera planeada, sistemática e integral para la obtención de ventajas competitivas.

- Calidad de los recursos humanos

Hace referencia a que los recursos humanos cumplen con las expectativas de la entidad en cuanto a su perfil profesional, sobre todo en el desempeño de su labor, demuestra habilidades.

- Conocimiento de mercado y adaptabilidad

Es un conjunto de representaciones abstractas que se almacenan mediante la experiencia o la adquisición de conocimientos o a través de la observación, es decir, trata de la tenencia de variados datos interrelacionados que al ser tomados por sí solos, poseen un menor valor cualitativo. Es decir, se trata de conocimientos de mercado y adaptabilidad.

b. Factores sistémicos

Constituyen elementos externos a la empresa productiva; afectan el entorno donde se desarrolla y pueden tener importancia variable en la definición del ambiente competitivo y en las posibilidades para construir estrategias de competitividad por parte de las empresas. Entre ellos destacan:

Los factores sistémicos hacen referencia al acceso de financiamiento e infraestructura tecnológica e institucional (FAO, 1997).

- Infraestructura tecnológica e institucional

Según Uribe (2012) hace referencia a la agrupación de hardware y software sobre el que se asientan los diferentes servicios que la Universidad necesita tener en funcionamiento para poder llevar a cabo toda su actividad, tanto docente como de investigación o de gestión interna.

El conjunto de hardware consta de elementos tan diversos como los aires acondicionados o los estabilizadores de corriente de las salas de

máquinas, los sensores, las cámaras, los grandes ordenadores que hacen de servidores de aplicaciones, los elementos de red, como routers o cortafuegos, los ordenadores personales, las impresoras, los teléfonos, entre otras cosas.

De acuerdo a Pérez, Sarmiento, y Fortaleza (2018), indican que es la agrupación de software que va desde los sistemas operativos (un conjunto de programas de computación destinados a desempeñar una serie de funciones básicas esenciales para la gestión del equipo) hasta el software de sistemas (son aplicaciones de ámbito general necesarias para que funcionen las aplicaciones informáticas concretas de los servicios; por ejemplo, las bases de datos, los servidores de aplicaciones o las herramientas de ofimática).

c. Factores de desarrollo microeconómico

- Capacitación y gestión tecnológica de empresa.

Se evalúa si la institución financiera promueve trabajos multidisciplinarios que brinden soluciones tecnológicas. Se coordina con las universidades para el desarrollo tecnológico de sus áreas operativas.

- Nuevos esquemas organizacionales

Se evalúa si en la institución financiera se desarrolla nuevas formas de trabajo para el logro de los objetivos en el área de producción. Se evalúa si en la institución financiera se desarrolla nuevas formas de trabajo para el logro de los objetivos en el área de marketing. Se evalúa si la estrategias de ventas y relaciones con abastecedores; si se desarrolla estrategias para incrementar las ventas, si se desarrolla estrategias de marketing para incrementar las ventas. Si se desarrolla estrategias promocionales para incrementar las ventas. Si en la

organización usan herramientas novedosas, como estrategia, para incrementar las ventas.

- Recursos Humanos

En su empresa posee personal con protección laboral (seguros).

En su empresa fomentan actividades de integración para fortalecer la cultura organizacional.

En su empresa fomentan actividades de integración para fortalecer la identidad institucional.

2.2.4.4 Importancia de la competitividad

En Perú, la competitividad es un atributo fundamental que deben tener las organizaciones tanto públicas como privada, por lo que los entes bancarios para lograr tal aspecto, desarrollan buenas prácticas de responsabilidad social, que involucren en gran medida las dimensiones: ética, que incluye los compromisos éticos, las relaciones transparentes con las partes interesadas y la divulgación de valores.

El Sistema Bancario Peruano cuenta actualmente con los recursos y estructura necesarios para implementar el presente PEA. No obstante, es necesario ampliar el rol de los bancos que fomenten la inclusión financiera y permitan potenciar la función de desarrollo sostenible del sistema. Asimismo se deben implementar comités con participación de organismos como Asbanc y SBS para implementar cambios estructurales y funcionales relevantes.

En cuanto a si el sistema financiero peruano es realmente competitivo, al respecto, a nivel mundial, los reportes de competitividad global, y de la calificadoras de riesgo, dan cuenta de la solidez crediticia de los bancos peruanos, y de una normatividad adecuada del sistema financiero; favorecida por el entorno económico adecuado de mantener

políticas monetarias prudentes, un clima de inversión saludable y un Banco Central de Reserva (BCR) autónomo.

Veamos, primero la estructura del sistema financiero en Perú, más del 56% del mercado, lo comparten dos bancos fundamentales del País, y cerca del 80%, los cuatro primeros. La mayor competencia en el sistema bancario, se da entre estos 04 bancos importantes que brindan la mayor gama de servicios bancarios, (préstamos de consumo, préstamos hipotecarios, tarjetas de crédito, seguros, entre otras cosas) y esto tiene efecto notable en las tasas de interés activas, que son una de las más altas de la región.

Los entes que enfrentan un entorno competitivo de manera principal transan un producto sustituible. En otras palabras, en el caso del sistema bancario los agentes pueden elegir entre diversos productos (créditos), según sus preferencias (bajas tasas de interés), ya que sus características son similares. En el sistema bancario, el entorno ha propiciado mayor competencia debido a las herramientas tecnológicas (plataformas virtuales, llamadas telefónicas y correos) que permiten que las entidades compitan por los mismos clientes. Así mismo, el costo de migrar de un banco a otro y los costos de reputación de las entidades, dificultan la adaptación de los agentes a nuevos bancos. Por lo tanto, dichos costos hacen que los bancos cuya participación del mercado es relativamente alta, alcancen cierto poder de mercado.

Variados grados de competencia en el sistema bancario pueden afectar la estabilidad de las entidades bancarias. Es fundamental referir sobre las diferencias entre el término de estabilidad bancaria y estabilidad financiera. La estabilidad bancaria se centra en el riesgo individual que enfrentan los bancos por sí solos, mientras la estabilidad financiera busca atacar el riesgo sistemático de todo el mercado. En este sentido,

el concepto de estabilidad financiera exige estabilidad bancaria debido a la importancia de la participación de las entidades bancarias como intermediador financiero (Tomateo, 2018).

2.2.4.5 El Sistema Bancario Peruano y sus competidores

Se desarrolla el análisis de las cinco fuerzas de Porter, el cual representa un modelo que facilita conocer la conducta de los actores principales de una industria, que son los proveedores, compradores y competidores, estos últimos analizados desde el punto de vista de la rivalidad que presentan aquellos que ya se encuentran dentro de la industria, de aquellos que se encuentran a la expectativa de ingresar a la industria (entrantes) y de aquellos que operan en industrias cercanas (sustitutos).

- Poder de negociación de los proveedores

En el caso del Sistema Bancario Peruano, dado que el producto ofrecido en la actividad de intermediación financiera es el dinero, los proveedores son todos aquellos agentes que proveen de dinero al Sistema Bancario Peruano para que pueda desempeñar sus operaciones de intermediación financiera. Así, la SBS (2016) identificó tres tipos de depositantes para el Sistema Bancario Peruano:

- (a) personas naturales,
- (b) personas jurídicas sin fines de lucro, y
- (c) personas jurídicas con fines de lucro.

Debido a las cantidades de dinero depositadas en promedio, las personas jurídicas tienen un mayor poder de negociación que las personas naturales, y dentro de las personas jurídicas, las personas jurídicas sin fines de lucro deberían tener un mayor poder que las empresas privadas.

Sin embargo, la gran cantidad de depositantes del Sistema Bancario Peruano, la poca diversidad en el bien ofrecido por los depositantes (dinero) y la diferenciación respecto al posicionamiento que tiene el Sistema Bancario Peruano como un sistema sólido y solvente, hace que la demanda supere en gran medida a la oferta, por lo cual el poder de negociación de los proveedores es bajo.

- Poder de negociación de los compradores

En el caso del Sistema Bancario Peruano se pueden definir como compradores aquellos grupos económicos que quieran hacer uso del mercado de créditos ofrecido por los Bancos. Los grupos económicos son muy heterogéneos por su tamaño, organización y ámbito, todo ello representa un mercado segmentado, por lo cual cada grupo económico consta de diferentes poderes de negociación.

- Amenaza de sustitutos

Los organismos que no siendo sus competidores brindan un producto homogéneo como el de los mercados de bonos, los que representan una amenaza sobre todo a nivel de Banca corporativa, está representado por los sustitutos, que en alguna medida pueden ser las cooperativas de ahorro y crédito (Morón, Tejada & Villacorta, 2010).

De la misma forma, se determinó que el mercado de valores es una alternativa al sistema Bancario, dado que las organizaciones obtienen un financiamiento más económico. De otro lado, en el 2014 se indicó que los capitales ángeles representan una forma de inversión a todo riesgo generada por la posibilidad de altos retornos, quienes se ven estimulados por el interés del gobierno de propulsar la innovación como propulsor del crecimiento económico y generación de empleo (“Capital ángel: inversión,” 2014).

También se cuentan con organizaciones como Afluenta (2016), la que se promociona como una de las primeras redes de préstamos en América Latina en donde las personas invierten y se va eliminando la brecha Bancaria entre los superavitarios (llamados inversores) y deficitarios (llamados solicitantes) sin intermediarios ni burocracia, desarrollando sus mecanismos de contacto a través de las redes sociales, a nivel de las llamadas finanzas colaborativas que fomenta negocios colaborativos e interacción social. Esta red es 100% online y se autocalifica como simple, además ofrece una tasa anual de retorno de aproximadamente 20%.

Los clientes disconformes con los productos o servicios Bancarios pueden producir una demanda. Bank (2016), se ofrece como alternativa que representa la misma idea de la Banca, de manera armoniosa diseñada para coadyuvar a las personas a ahorrar y que tienen una verdadera bondad humana, según se autodefinen; la facilidad con la que se accede a este tipo de productos es un factor determinante cuando se analiza la amenaza de los sustitutos, por ello se considera que una buena táctica para disminuir la amenaza de los sustitutos se da sobre la base de una relación sostenible con los clientes. Luego de analizar casos como los mencionados se puede afirmar que el poder de la amenaza de los sustitutos es alta o baja según el sector del que se trate pues, por ejemplo, en sectores de menos recursos las entidades sustitutas están en capacidad de ofrecer productos similares a los ofrecidos por los Bancos siendo que el costo de tomar un sustituto en lugar del producto habitual del sistema Bancario es bajo, lo que implica una amenaza alta, como es el caso de los productos ofrecidos por los agiotistas.

El Análisis Externo hace notar la existencia de grandes oportunidades para que el Sistema Bancario Peruano pueda conseguir su visión,

debido a que se ubica una buena posición para explotar estas oportunidades identificadas y ostenta una posición altamente competitiva en el mercado interno. Asimismo el Sistema Bancario Peruano ha desarrollado de manera positiva los vitales factores críticos de éxito propios del sector. En comparación con los mejores sistemas Bancarios del mundo. Perú no tiene la escala de China o Estados Unidos para competir, sin embargo al Sistema Bancario Peruano aún le falta penetrar en la amplia base demográfica y explotar el potencial de inversiones que se avecina en los próximos 10 años.

2.2.4.6. Análisis Competitivo del Sistema Bancario Peruano

Según D'Alessio (2012) indica que la rivalidad de los competidores del Sistema Bancario Peruano es baja, debido a que el poder de negociación de proveedores es medio, el de compradores es bajo, el de sustitutos es alto, las barreras de entrada son altas y la rivalidad de competidores es baja. Si bien es cierto el poder de la amenaza de productos sustitutos es alto, el impacto no es significativo, debido al tamaño y volumen de operación de las Cajas, financieras y otros. Por tanto, se concluye que el Sistema Bancario Peruano presenta una alta competitividad dentro del sector del mercado financiero peruano.

2.2.4.7. Identificación de las Ventajas Competitivas del Sistema Bancario Peruano

Las ventajas competitivas son aquellas características que son más preponderantes en el Sistema Bancario Peruano como lo son: morosidad Bancaria, liquidez del sistema, y solvencia.

De acuerdo a Fernández (2015), las entidades Bancarias ven con atracción la modalidad de servicios de cobranza, ya que les permite evitar los costos de búsqueda de los clientes morosos, “El negocio de los Bancos está en vender sus carteras y tener más liquidez; las

empresas de cobranza cuentan con el equipo y la tecnología para presionar al cliente moroso” (párr. 1) indicó en una conferencia de prensa Humberto Ugarte, presidente de la Asociación Nacional de Empresas de Cobranza [ANECOP] citado por Fernández (2015).

2.3 Definición de términos básicos

Banca múltiple:

Se la conoce también como banca privada, comercial o de primer piso; es aquella institución de crédito que cuenta con instrumentos diversos de captación y canalización de recursos. La conforman instituciones de crédito o bancos especializados en la intermediación de crédito, cuyo principal objetivo es la realización de utilidades provenientes de diferenciales de tasas entre las operaciones de captación y las de colocación de recursos (SBS & MINEDU, 2012).

Banca o sector bancario:

Es el conjunto de instituciones que permiten el desarrollo de todas aquellas transacciones monetarias entre personas, empresas y organizaciones. El negocio principal de las empresas del sector bancario consiste en recibir dinero del público en depósito o bajo cualquier otra modalidad contractual, y en utilizar ese dinero, su propio capital y el que obtenga de otras fuentes de financiación, para conceder créditos en las diversas modalidades (SBS & MINEDU, 2012).

Competitividad

La competitividad es la necesidad de las organizaciones de sostenerse y consolidarse dentro de sus mercados, teniendo como indicador el porcentaje de participación de sus bienes y servicios en ellos a partir de una concepción sistemática que incorpora elementos económicos, empresariales, políticos y socioculturales (Pérez, Sarmiento, y Fortaleza, 2018).

Capacidad tecnológica

Posesión de actitud, aptitud, habilidad y conocimiento requeridos para generar y aplicar tecnología de manera planeada, sistemática e integral para la obtención de ventajas competitivas (Emil, 2011).

Calidad de los recursos humanos

Considera a los recursos humanos, quienes cumplen con las expectativas de la entidad en cuanto a su perfil profesional, sobre todo en el desempeño de su labor, demuestra habilidades (Uribe, 2012).

Conocimiento de mercado y adaptabilidad

Es un conjunto de representaciones abstractas que se almacenan mediante la experiencia o la adquisición de conocimientos o a través de la observación, es decir, trata de la tenencia de variados datos interrelacionados que al ser tomados por sí solos, poseen un menor valor cualitativo. Es decir, se trata de conocimientos de mercado y adaptabilidad (Urie, 2012).

Dimensión colaboradores

Comprende la salud y seguridad en el trabajo, formación y educación, la Gerencia participativa y aprendizaje organizacional (Beltrán et al, 2016).

Dimensión ambiental

Comprende el compromiso con la mejoría de la calidad ambiental, la mejora de procesos de gestión ambiental, la contribución a la conservación del medio ambiente y la educación ambiental (Navarro, 2012).

Dimensión social

Comprende la organización de acción social de la empresa, la materialización de la acción social, la participación en las actividades sociales, el informe de acciones sociales y el Balance social (Aránzazu, 2019).

Infraestructura tecnológica e institucional

Es el conjunto de hardware y software sobre el que se asientan los diferentes servicios que el banco necesita tener en funcionamiento para poder llevar a cabo toda su actividad, tanto docente como de investigación o de gestión interna (Pérez, Sarmiento, y Fortaleza, 2018).

Responsabilidad social

De acuerdo a Gil (2018), la responsabilidad social es el compromiso, obligación y deber que poseen los individuos, miembros de una sociedad o empresa de contribuir voluntariamente para una sociedad más justa y de proteger el ambiente.

Responsabilidad social bancaria

World Bank (2006), la RSE es el desarrollo de los negocios de las entidades bancarias, basado en principios y valores éticos, ceñidos a la legislación, y teniendo en cuenta los grupos de interés.

Responsabilidad social en la dimensión ética

Comprende los compromisos éticos, las relaciones transparentes con las partes interesadas y la divulgación de valores (Wong, 2015).

Sector financiero

El sector financiero está integrado por diversas instituciones, productos y mercados, con el objetivo común de transferir fondos de las unidades superavitarias a las unidades deficitarias; asumiendo los riesgos y garantizando los ahorros (Pérez, Sarmiento, y Fortaleza, 2018).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Formulación de la hipótesis

3.1.1 Hipótesis principal

La responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

3.1.2 Hipótesis secundarias

- a) La responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.
- b) El nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.
- c) Existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

3.2. Variables

3.2.1 Variable Independiente:

X: Responsabilidad social bancaria

3.2.1.1. Dimensiones

Dimensión 1: Dimensión ética

Indicadores:

- Compromisos éticos
- Relaciones transparentes con las partes interesadas
- Divulgación de valores

Dimensión 2: Grupos de interés

Indicadores:

- Responsabilidad social con los colaboradores
- Responsabilidad social con los clientes
- Responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno

Dimensión 3: Dimensión ambiental

Indicadores:

- Compromiso con la mejora de la calidad ambiental
- Mejora de procesos de gestión ambiental
- Contribución a la conservación del medio ambiente

Dimensión 4: Dimensión social

Indicadores:

- Organización de la acción social de la empresa
- Participación en las actividades sociales
- Informe de acciones sociales
- Balance social

3.2.1.2. Escala para la medición de la Variable

Para la medición de la responsabilidad social bancaria, se considera la escala ordinal.

3.2.2. Identificación de la Variable dependiente

Y: Competitividad

3.2.2.1. Dimensiones

Dimensión 1: Factores internos de la empresa

Indicadores:

- Capacidad tecnológica
- Calidad de los recursos humanos
- Conocimiento de mercado y adaptabilidad

Dimensión 2: Factores sistémicos

Indicadores:

- Infraestructura tecnológica e institucional

Dimensión 3: Factores de desarrollo microeconómico

Indicadores:

- Capacitación y gestión tecnológica de la empresa
- Nuevos esquemas organizacionales
- Estrategias de ventas y relaciones con abastecedores

3.2.2.2. Escala para la Medición de la Variable

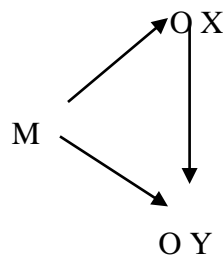
Para la medición de la competitividad, se considera la escala ordinal.

3.3. Tipo de investigación

La investigación básica conoce un determinado tema, este tipo de investigación tiene como problema la falta de un conocimiento, por lo general se aplica en las ciencias sociales. Esta investigación procura la acumulación del conocimiento que se va profundizando conforme se avanza en el descubrimiento de nuevos fenómenos, nuevos hechos, nuevas teorías, entre otras cosas (Sánchez, 2019).

3.4 Diseño de la investigación

El presente estudio es de diseño no experimental, transeccional. causal-explicativo, cuyo esquema fundamental es el siguiente:



Donde:

M = Muestra

OX = Observación de la variable independiente: Responsabilidad social bancaria

OY = Observación de la variable dependiente: Competitividad

r = Influencia

3.5 Ámbito y tiempo social de la investigación

3.5.1 Ámbito de la investigación

El ámbito de acción de la presente de la investigación está circunscrita en toda la ciudad de Tacna (Banco Continental sede Tacna).

3.5.2 Tiempo social de la investigación

El tiempo social del presente trabajo de investigación se encuentra comprendido en el año 2019.

3.6 Población y muestra

3.6.1 La unidad de estudio

Las unidades de análisis son los usuarios del Banco Continental.

3.6.2 Población

En el presente estudio estuvo constituida por los usuarios del Banco Continental; por lo que se considera una población infinita, que tiene un tratamiento especial para la determinación de la muestra.

3.6.3 Muestra

Para el presente estudio se determinó la muestra a través de la siguiente fórmula: mencionar el nivel de confianza utilizado (95%)

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} * p * q}{e^2} = 384 \text{ usuarios}$$

$$Z^2 = 1,96$$

$$p=0,5$$

$$q=0,5$$

$$e=0,05$$

Con el propósito de generalizar los resultados a la población de usuarios, se seleccionó una muestra de acuerdo con el criterio de la varianza máxima para un muestreo probabilístico y para una población infinita, la cual arrojó un tamaño de 384 usuarios con la finalidad de ser encuestados.

3.7 Procedimientos, técnicas e instrumentos

3.7.1 Procedimientos

La responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

La recolección de la información se desarrolló en forma personal y de primera fuente, para tal efecto se hará las siguientes actividades:

Se coordinó con los directivos del Banco Continental, para la autorización para la aplicación de los instrumentos validados en cuanto a la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental – Tacna.

- Antes de aplicar los referidos instrumentos, se hará conocer a los trabajadores de la indicada institución, lo siguiente:

- El tema de la investigación
- Objetivo del estudio
- Utilidad de la investigación
- Indicaciones sobre el llenado de los instrumentos

- El tiempo que se utilizará para el llenado
- Recomendaciones para el respectivo llenado
- Se procedió a la entrega de los instrumentos, dándoles un tiempo prudente de una hora cronológica para cada instrumento de acuerdo a las variables de estudio.

- Culminado el llenado de los instrumentos por los usuarios, se procede a recogerlos, dándoles el agradecimiento respectivo.

3.7.2 Técnicas de Recolección de los datos

Encuesta

En el presente estudio se utilizó la encuesta dirigida a los usuarios del Banco Continental, sede Tacna, para evaluar la responsabilidad social bancaria y la competitividad.

3.7.3 Instrumentos para la recolección de los datos

Cuestionario

En el presente estudio se utilizó el cuestionario dirigido a los usuarios del Banco Continental, sede Tacna, para evaluar la responsabilidad social bancaria y la competitividad.

Los instrumentos cumplieron dos requisitos:

Validez y confiabilidad:

a) Validez

Se desarrolló la validez de contenido de los instrumentos a través de criterio de expertos, con relación a los instrumentos: Responsabilidad social bancaria y competitividad.

b) Confiabilidad

Para la confiabilidad se aplicó el modelo estadístico Alfa cronbach, y se obtuvo los siguientes resultados, previa verificación de la escala de Alpha de Cronbach:

Tabla 4
Escala de Alpha de Cronbach

Escala	Significado
-1 a 0	No es confiable
0.01 - 0.49	Baja confiabilidad
0.50 - 0.69	Moderada confiabilidad
0.70 - 0.89	Fuerte confiabilidad
0.90 - 1.00	Alta confiabilidad

Nota: La tabla muestra la escala de Alpha de Cronbach.

Confiabilidad del instrumento denominado: Responsabilidad social bancaria.

Tabla 5
Alpha de Cronbach: Responsabilidad Social Bancaria

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.961	34

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0.961 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Responsabilidad social bancaria” es de alta confiabilidad.

Confiabilidad del instrumento denominado: Competitividad.

Tabla 6
Alpha de Crombach: Competitividad

<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
0,941	23

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0.941 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Competitividad” es de alta confiabilidad.

Asimismo, es importante precisar que el alto grado de relación que existe entre la variable, los indicadores y las preguntas del instrumento administrado, le da consistencia y validez a los resultados de la investigación.

CAPÍTULO IV: LOS RESULTADOS

4.1 Descripción del trabajo de campo

El trabajo se planteó en torno a tareas concretas: una fase inicial donde se llevó a cabo una revisión extensa sobre el tema de estudio seleccionado; una primera fase: donde se realizó el contacto con las diferentes instituciones que tienen que ver con las variables de estudio, como el Banco Continental sede Tacna, y una segunda fase: donde se realizó la recogida de la información, es decir, la aplicación de los instrumentos, cuya estructura es la siguiente:

Tabla 7
Variable independiente: Responsabilidad social bancaria

Dimensión	Indicadores	Ítems
Dimensión ética	Compromisos éticos	1, 2, 3 y 4.
	Relaciones transparentes con las partes interesadas	5,6,7, 8 y 9.
	Divulgación de valores	10,11 y 12.
Dimensión grupos de interés	Responsabilidad social con los colaboradores	13, 14, 15 y 16
	Responsabilidad social con los clientes	17 y 18
	Responsabilidad social con los órganos reguladores y de gobierno	19 y 20
Dimensión Aspecto Ambiental	Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental	21, 22 y 23
	Mejora de procesos de gestión ambiental	24, 25 y 26

	Contribución a la conservación del medio ambiente	27
Dimensión	Organización de la acción social de la empresa	28 y 29
Aspecto Social	Participación en las actividades sociales	30 y 31
	Informe de acciones sociales	32
	Balance social	33 y 34

Fuente: elaboración propia

Tabla 8
Variable dependiente: competitividad

Dimensión	Indicadores	Ítems
Factores internos de la empresa	Capacidad tecnológica	1 y 2
	Calidad de los recursos humanos	3, 4, 5 y 6
	Conocimiento de mercado y adaptabilidad	7 y 8
Factores sistémicos	Infraestructura tecnológica e institucional	9, 10 y 11
Factores de desarrollo microeconómico	Capacitación y gestión tecnológica del banco	12, 13 y 14
	Nuevos esquemas organizacionales	15 y 16
	Estrategias de ventas de servicios	17, 18, 19 y 20
	Recursos humanos	21, 22 y 23.

Fuente: elaboración propia

4.2 Diseño de la presentación de los resultados

En cuanto al diseño de la investigación se considera lo siguiente: diseño de la presentación de los resultados:

Se hizo el análisis descriptivo, teniendo en cuenta de las variables, dimensiones e indicadores. Para ello, se consideró como variable independiente: Responsabilidad social bancaria y variable dependiente: Competitividad

En cuanto al análisis inferencial, se utilizó la prueba estadística de Rho de Spearman para la contrastación de la hipótesis: La responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

- Para la contrastación de la hipótesis se utilizó la estadística inferencial, de acuerdo a los siguientes modelos estadísticos:

a) Para la hipótesis principal:

La responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

Se utilizó la prueba estadística: Regresión Logística ordinal

b) Para la hipótesis secundarias

a) La responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.

b) El nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.

Se utilizó la prueba χ^2

c) Para la tercera hipótesis secundarias

Existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

Se utilizó la prueba estadística Coeficiente de Correlación de Spearman Rho

4.3 Resultados a nivel de variables, dimensiones e indicadores

VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA

Tabla 9
Responsabilidad social bancaria

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	140	36,5	36,5
Regular	213	55,4	91,9
Alto	31	8,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

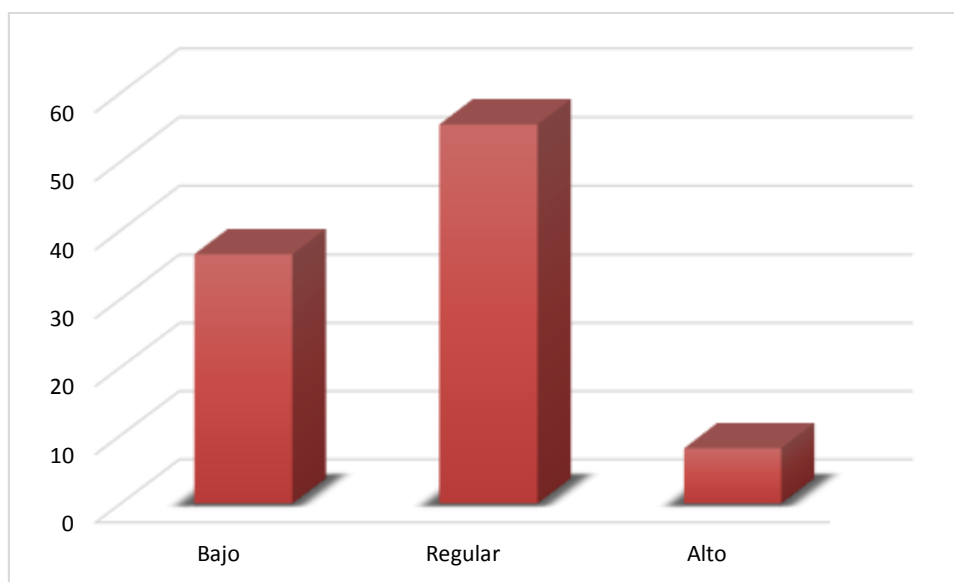


Figura 1. Responsabilidad social bancaria

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 36,5% refieren que la responsabilidad social bancaria se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 55,4% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 8,1% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

DIMENSIÓN: DIMENSIÓN ÉTICA

Tabla 10
Dimensión ética

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	170	44,3	44,3
Regular	173	45,1	89,3
Alto	41	10,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

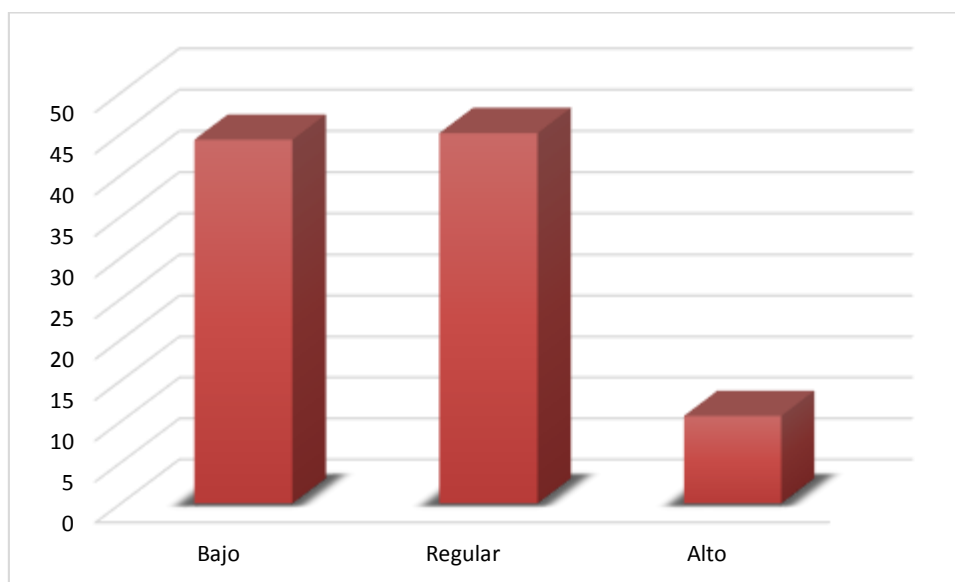


Figura 2. Dimensión ética

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 44,3% refieren que la dimensión ética se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 45,1% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 10,7% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: COMPROMISOS ÉTICOS

Tabla 11
Compromisos éticos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	124	32,3	32,3
Regular	207	53,9	86,2
Alto	53	13,8	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

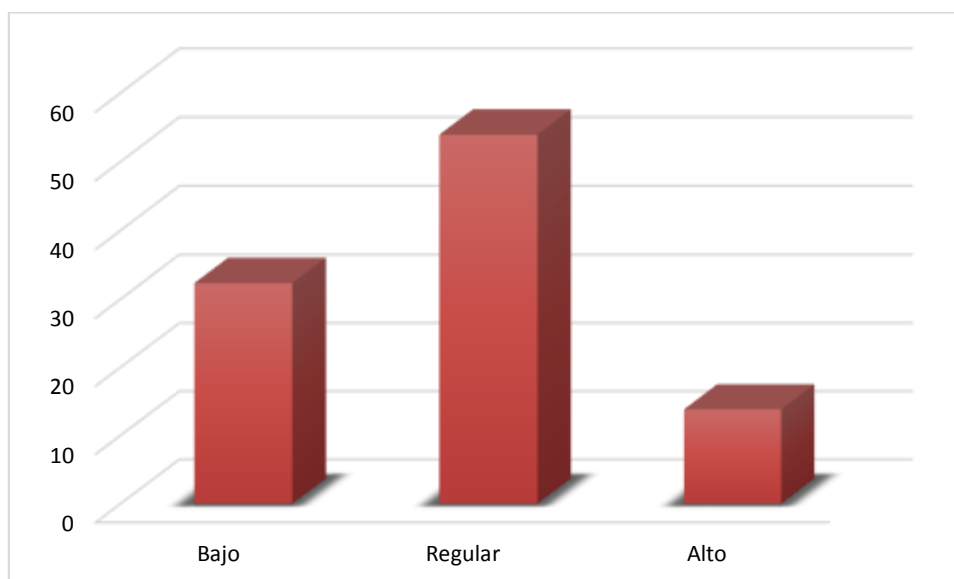


Figura 3. Compromisos éticos

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 32,3% refieren que los compromisos éticos se encuentran en un nivel bajo. Asimismo, el 53,9% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentran en un nivel regular y un 13,8% indicaron que se encuentran en un nivel alto.

INDICADOR: RELACIONES TRANSPARENTES CON PARTES INTERESADAS

Tabla 12

Relaciones transparentes con las partes interesadas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	167	43,5	43,5
Regular	170	44,3	87,8
Alto	47	12,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

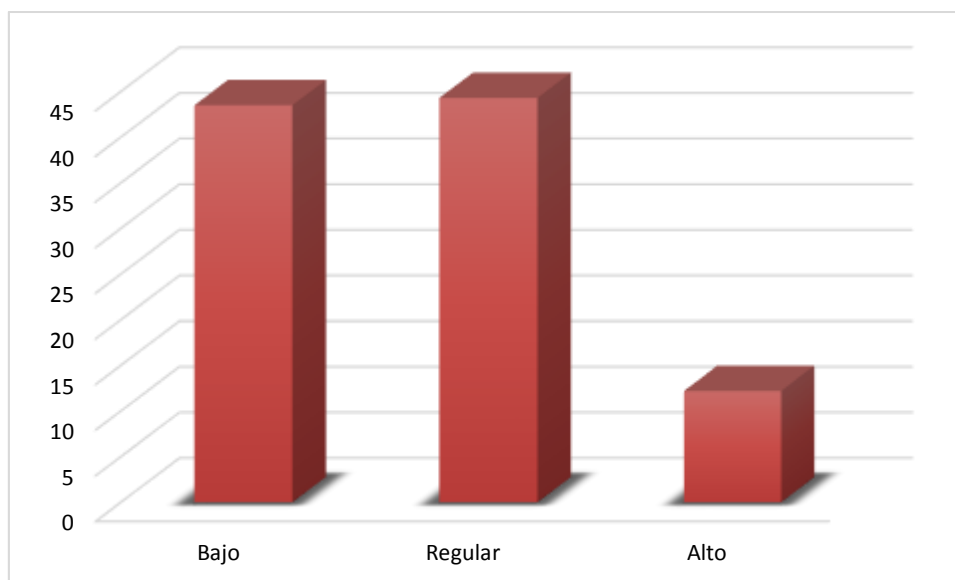


Figura 4. Relaciones transparentes con las partes interesadas

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 43,5% refieren que las relaciones transparentes con las partes interesadas se encuentran en un nivel bajo. Asimismo, el 44,3% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentran en un nivel regular y un 12,2% indicaron que se encuentran en un nivel alto.

INDICADOR: DIVULGACIÓN DE VALORES

Tabla 13
Divulgación de valores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	112	29,2	29,2
Regular	228	59,4	88,5
Alto	44	11,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

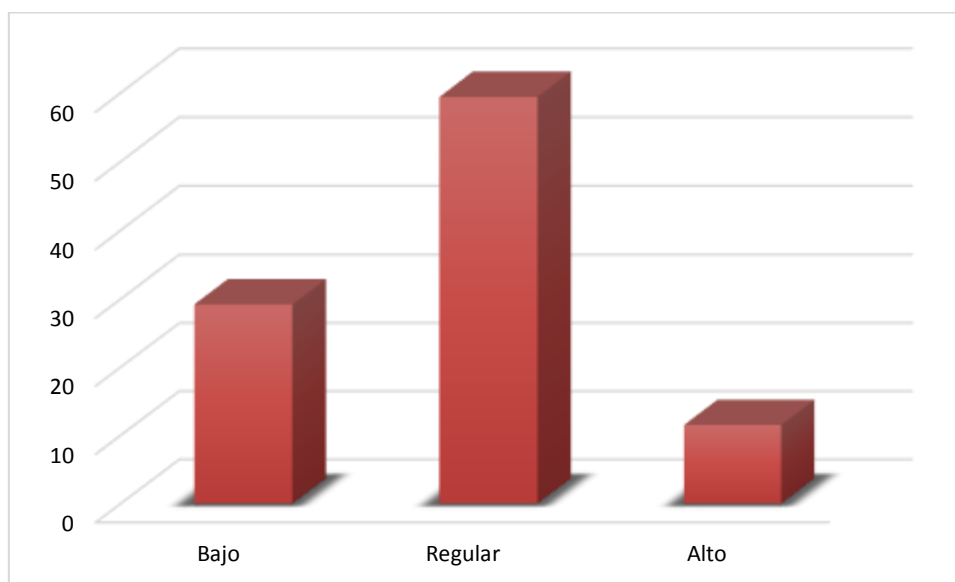


Figura 5. Divulgación de valores

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 29,2% refieren que la divulgación de valores se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 59,4% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 11,5% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

DIMENSIÓN: DIMENSIÓN GRUPOS DE INTERÉS

Tabla 14
Dimensión grupos de interés

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	138	35,9	35,9
Regular	194	50,5	86,5
Alto	52	13,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

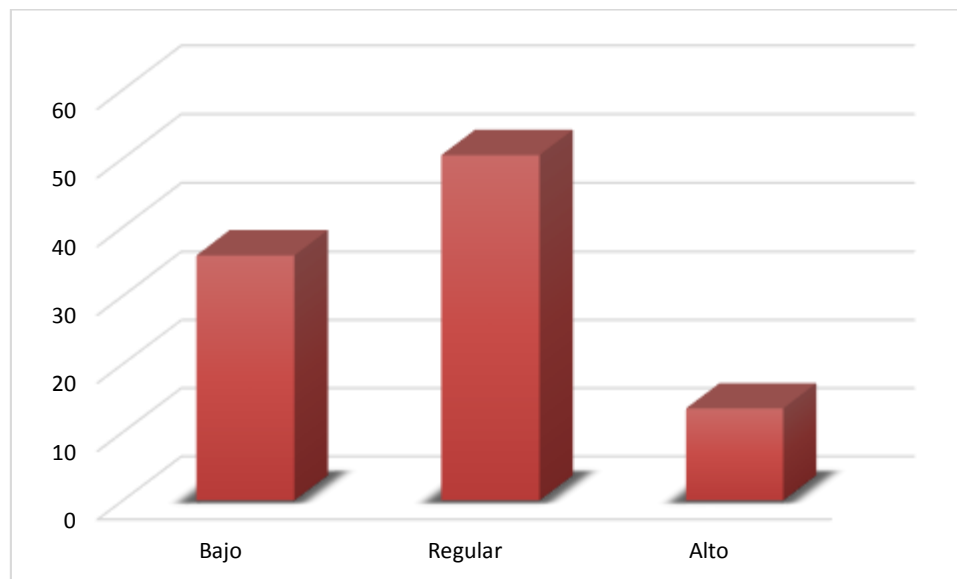


Figura 6. Dimensión grupos de interés

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 35,9% refieren que la dimensión grupos de interés se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 50,5% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 13,5% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LOS COLABORADORES

Tabla 15
Responsabilidad social con los colaboradores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	67	17,4	17,4
Regular	267	69,5	87,0
Alto	50	13,0	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

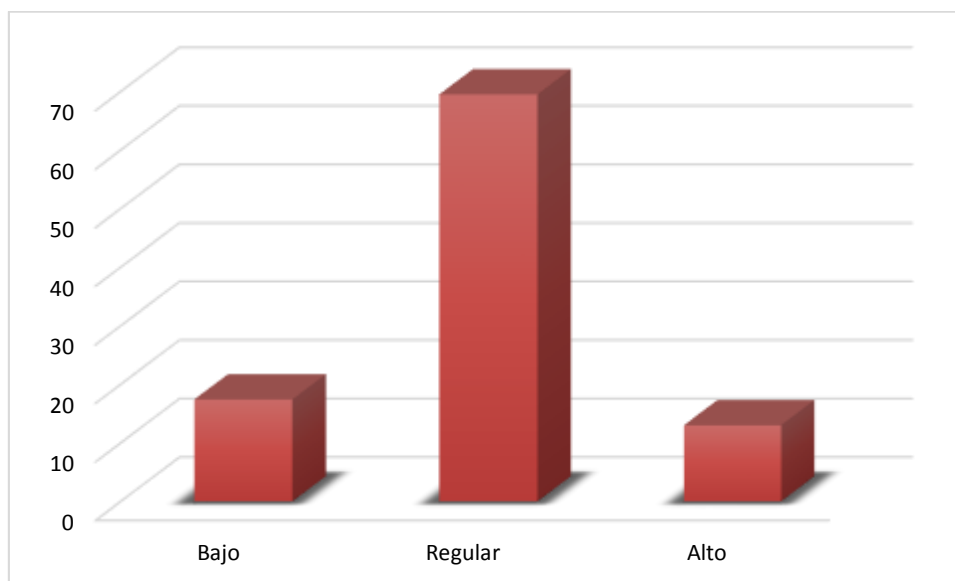


Figura 7. Responsabilidad social con los colaboradores

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 17,4% refieren que la responsabilidad social con los colaboradores se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 69,5% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 13% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LOS CLIENTES

Tabla 16
Responsabilidad social con los clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	119	31,0	31,0
Regular	213	55,5	86,5
Alto	52	13,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

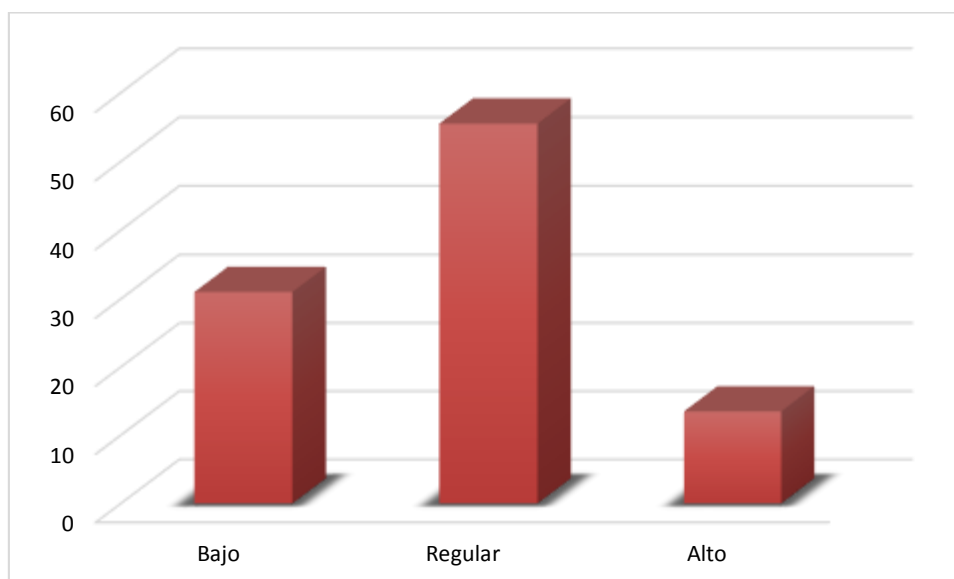


Figura 8. Responsabilidad social con los clientes
Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 31% refieren que la responsabilidad social con los clientes se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 55,5% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 13,5% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LOS ÓRGANOS REGULADORES Y GOBIERNO

Tabla 17

Responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	178	46,4	46,4
Regular	152	39,6	85,9
Alto	54	14,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

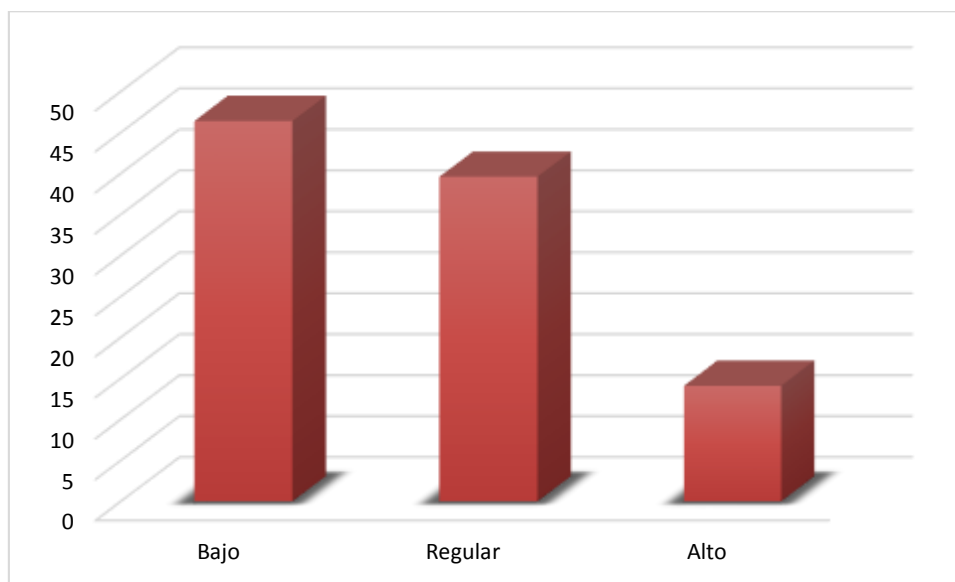


Figura 9. Responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 46,4% refieren que la responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 39,6% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 14,1% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

DIMENSIÓN: DIMENSIÓN AMBIENTAL

Tabla 18
Dimensión ambiental

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	91	23,7	23,7
Regular	262	68,2	91,9
Alto	31	8,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

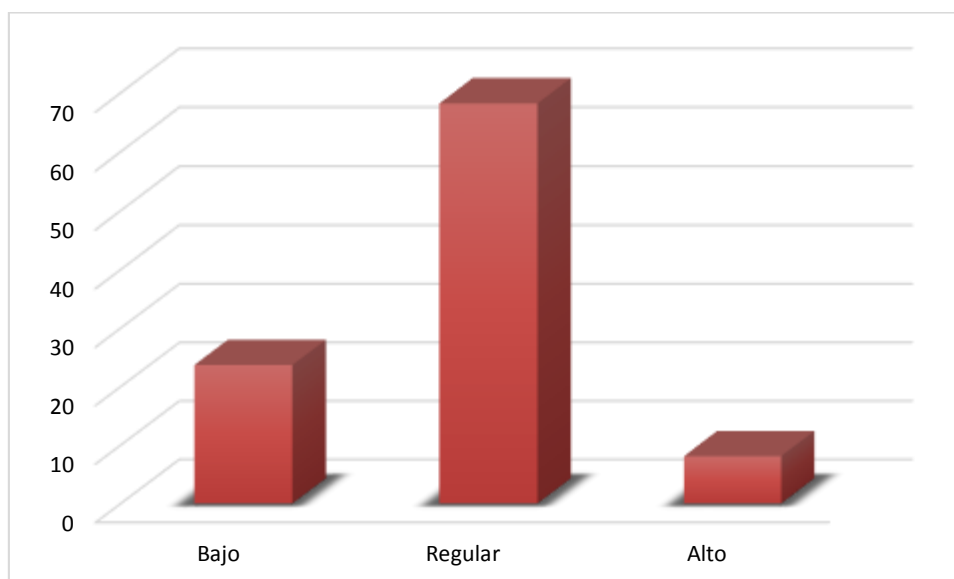


Figura 10. Dimensión ambiental

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 23,7% refieren que la dimensión ambiental se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 68,2% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 10,4% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: COMPROMISO CON LA MEJORA DE LA CALIDAD AMBIENTAL

Tabla 19

Compromiso con la mejora de la calidad ambiental

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	85	22,1	22,1
Regular	258	67,2	89,3
Alto	41	10,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

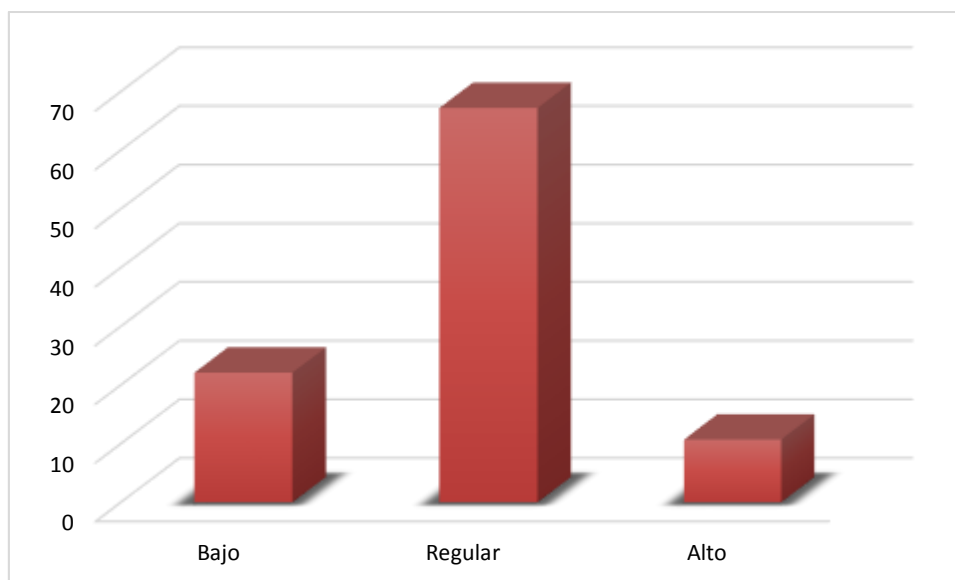


Figura 11. Compromiso con la mejora de la calidad ambiental

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 22,1% refieren que el compromiso con la mejora de la calidad ambiental se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 67,2% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 10,7% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: MEJORA DE PROCESOS DE GESTION AMBIENTAL

Tabla 20
Mejora de procesos de gestión ambiental

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	121	31,5	31,5
Regular	214	55,7	87,2
Alto	49	12,8	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

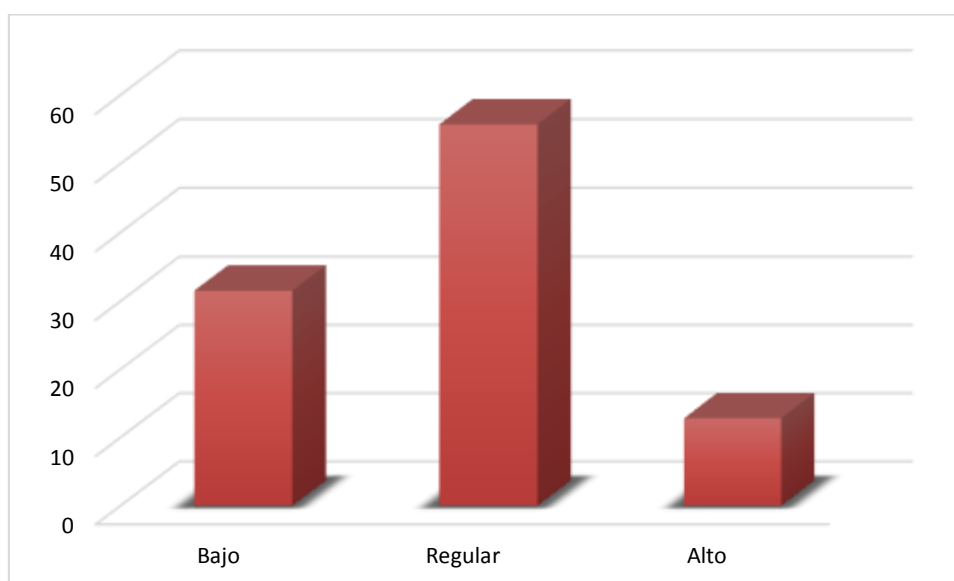


Figura 12. Mejora de procesos de gestión ambiental
Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 31,5% refieren que la mejora de procesos de gestión ambiental se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 55,7% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 12,8% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: CONTRIBUCIÓN A LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Tabla 21
Contribución a la conservación del medio ambiente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	140	36,5	36,5
Regular	244	63,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

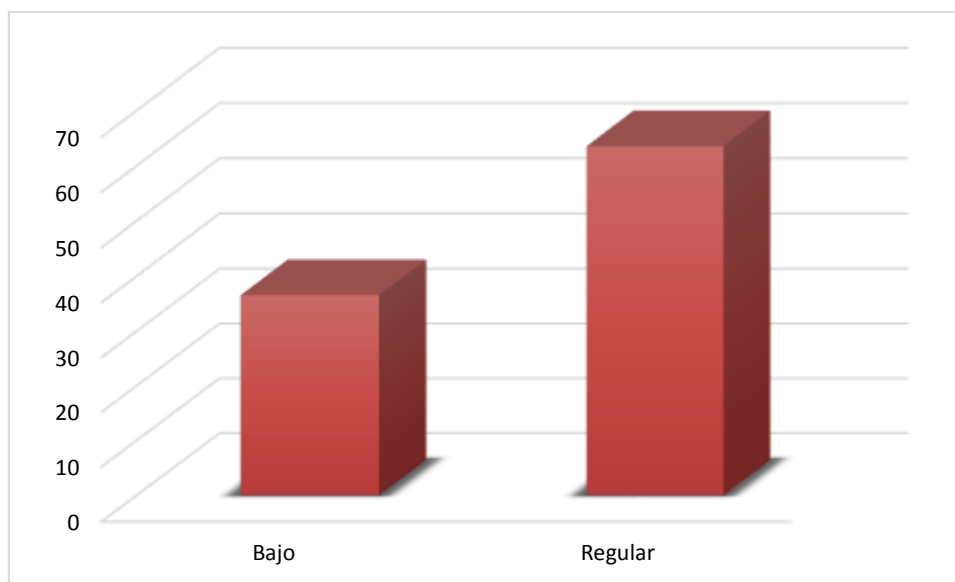


Figura 13. Contribución a la conservación del medio ambiente

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 36,5% refieren que la contribución a la conservación del medio ambiente se encuentra en un nivel bajo y el 63,5% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular.

DIMENSION: DIMENSIÓN SOCIAL

Tabla 22
Dimensión social

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	80	20,8	20,8
Regular	264	68,8	89,6
Alto	40	10,4	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

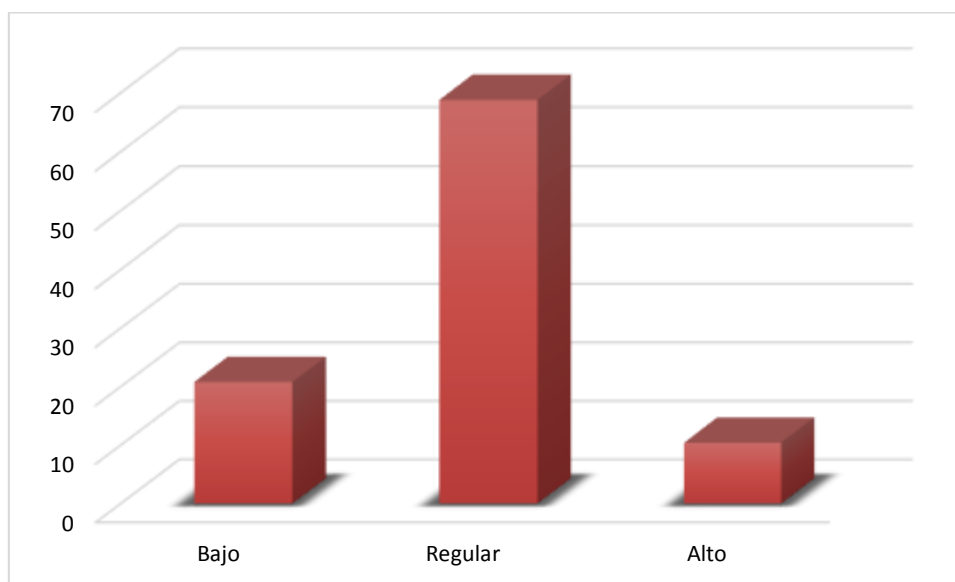


Figura 14. Dimensión social

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 20,8% refieren que la dimensión social se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 68,8% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 10,41% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: ORGANIZACIÓN ACCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

Tabla 23

Organización acción social de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	120	31,3	31,3
Regular	197	51,3	82,6
Alto	67	17,4	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

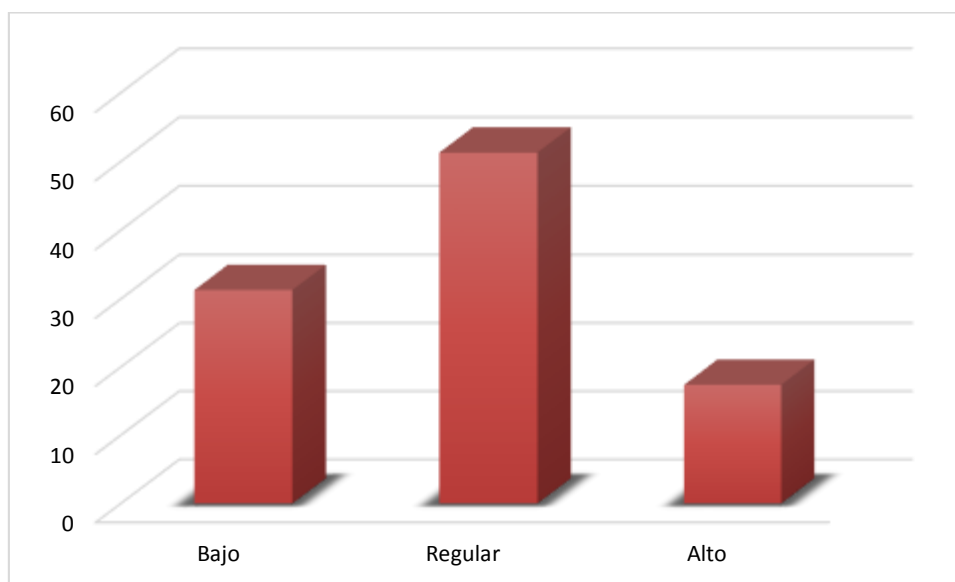


Figura 15. Organización acción social de la empresa

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 31,3% refieren que la organización acción social de la empresa se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 51,3% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 17,4% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: PARTICIPACIÓN EN LAS ACTIVIDADES SOCIALES

Tabla 24

Participación en las actividades sociales

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	96	25,0	25,0
Regular	224	58,3	83,3
Alto	64	16,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

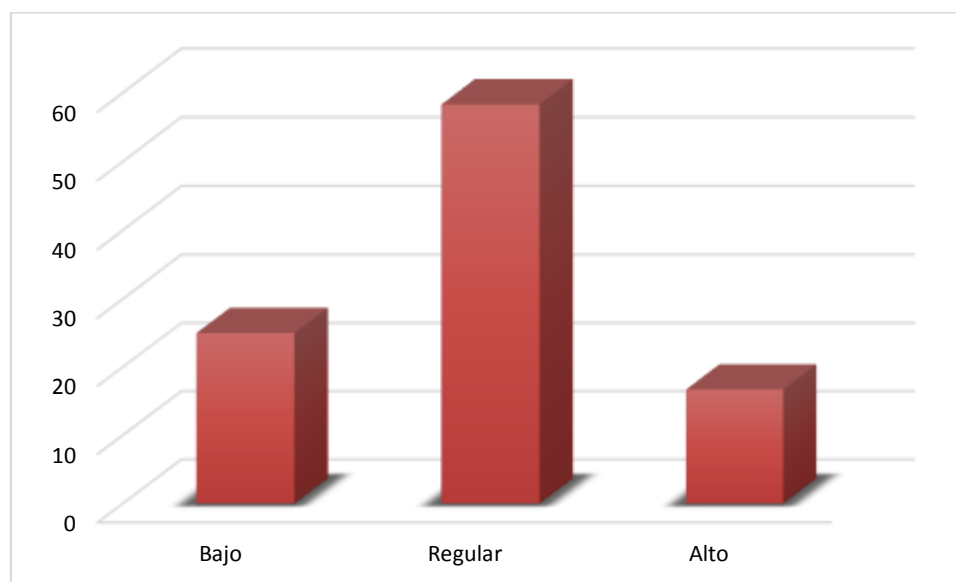


Figura 16. Participación en las actividades sociales

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 25% refieren que la participación en las actividades sociales se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 58,3% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 16,7% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: INFORME DE ACCIONES SOCIALES

Tabla 25
Informe de acciones sociales

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	161	41,9	41,9
Regular	223	58,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

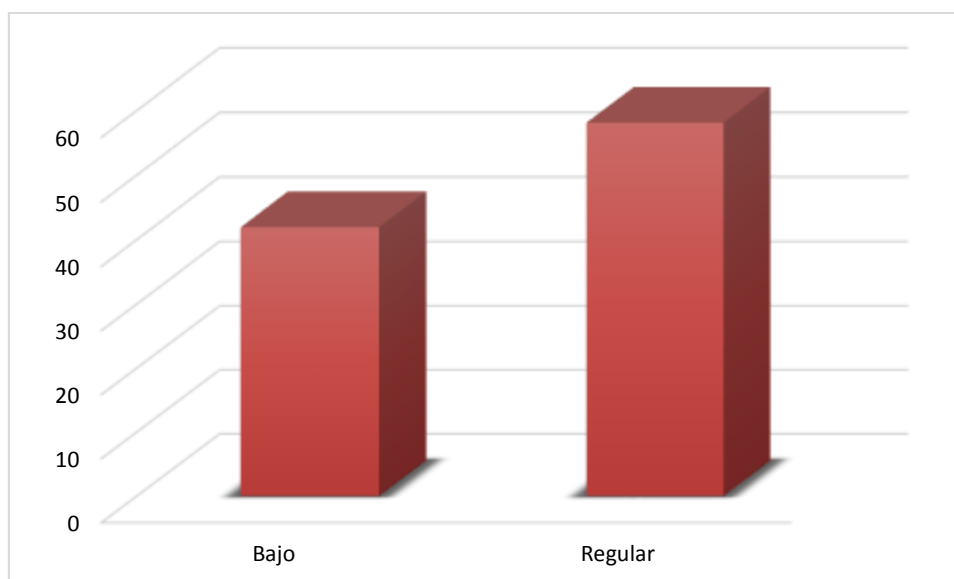


Figura 17. Informe de acciones sociales

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 41,9% refieren que el informe de acciones sociales se encuentra en un nivel bajo y un 58,1% indicaron que se encuentra en un nivel regular.

INDICADOR: BALANCE SOCIAL

Tabla 26
Balance social

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	136	35,4	35,4
Regular	195	50,8	86,2
Alto	53	13,8	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

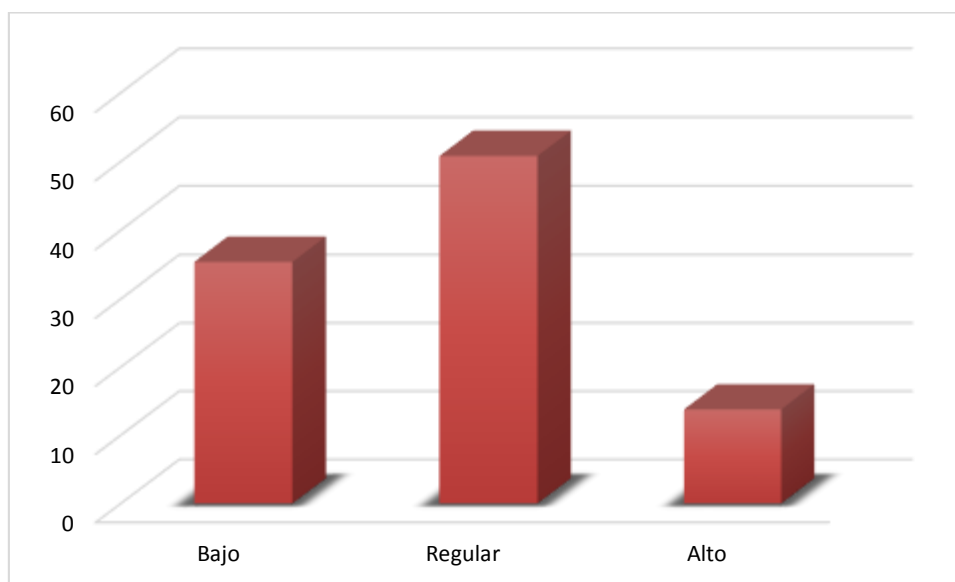


Figura 18. Balance social

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 35,4% refieren que la responsabilidad social en su balance social se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 50,8% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 13,8% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD

Tabla 27
Competitividad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	155	40,4	40,4
Regular	188	49,0	89,3
Alto	41	10,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

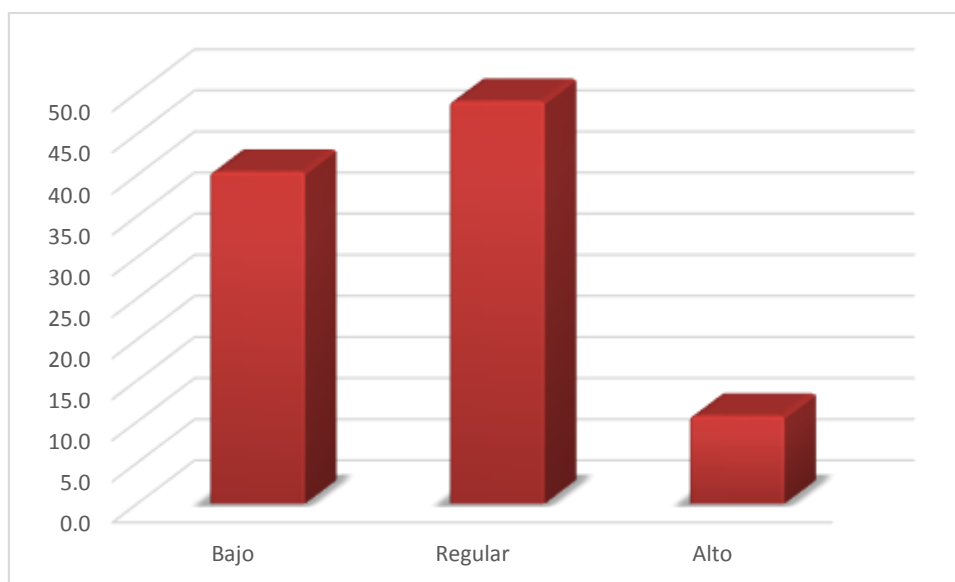


Figura 19. Competitividad

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 40,4% refieren que la competitividad se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 49% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 10,7% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

DIMENSIÓN: FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA

Tabla 28
Factores internos de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	196	51,0	51,0
Regular	140	36,5	87,5
Alto	48	12,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

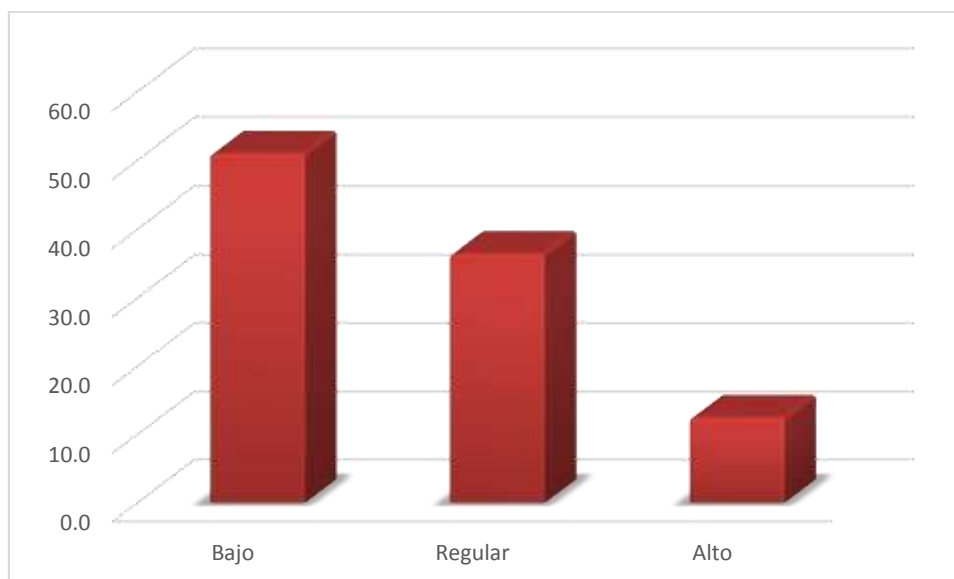


Figura 20. Factores internos de la empresa
Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 51% refieren que la competitividad en los factores internos se presenta en un nivel bajo. Asimismo, el 36,5% de los usuarios encuestados manifestaron que se presenta en un nivel regular y un 12,5% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: CAPACIDAD TECNOLÓGICA

Tabla 29
Capacidad tecnológica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	160	41,7	41,7
Regular	169	44,0	85,7
Alto	55	14,3	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

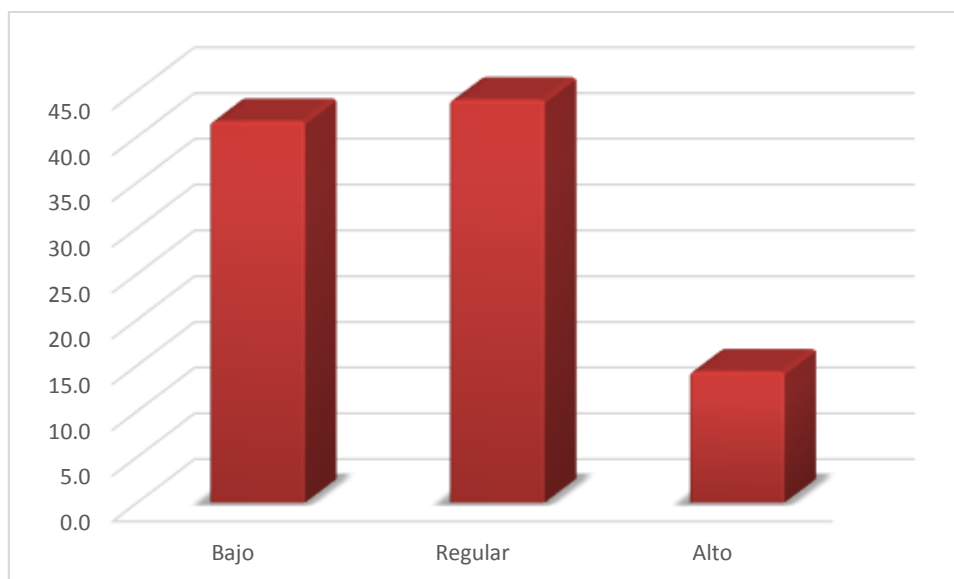


Figura 21. Capacidad tecnológica

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 41,7% refieren que la competitividad en su capacidad tecnológica se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 44% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 14,3% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS

Tabla 30
Calidad de los recursos humanos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	120	31,3	31,3
Regular	224	58,3	89,6
Alto	40	10,4	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

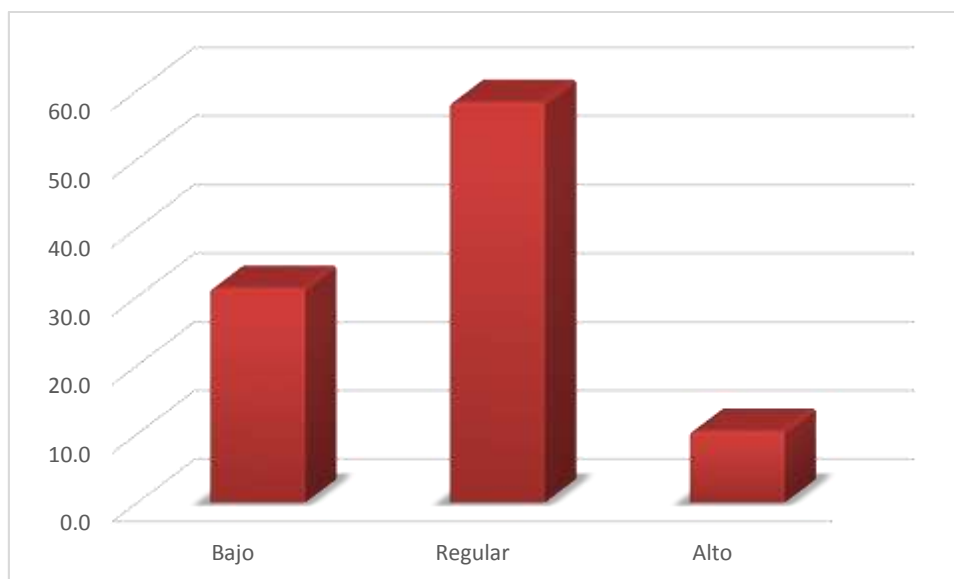


Figura 22. Calidad de los recursos humanos

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 31,3% refieren que la competitividad en la calidad de los recursos humanos se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 58,3% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 10,4% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: CONOCIMIENTO DE MERCADO Y ADAPTABILIDAD

Tabla 31

Conocimiento de mercado y adaptabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	176	45,8	45,8
Regular	154	40,1	85,9
Alto	54	14,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

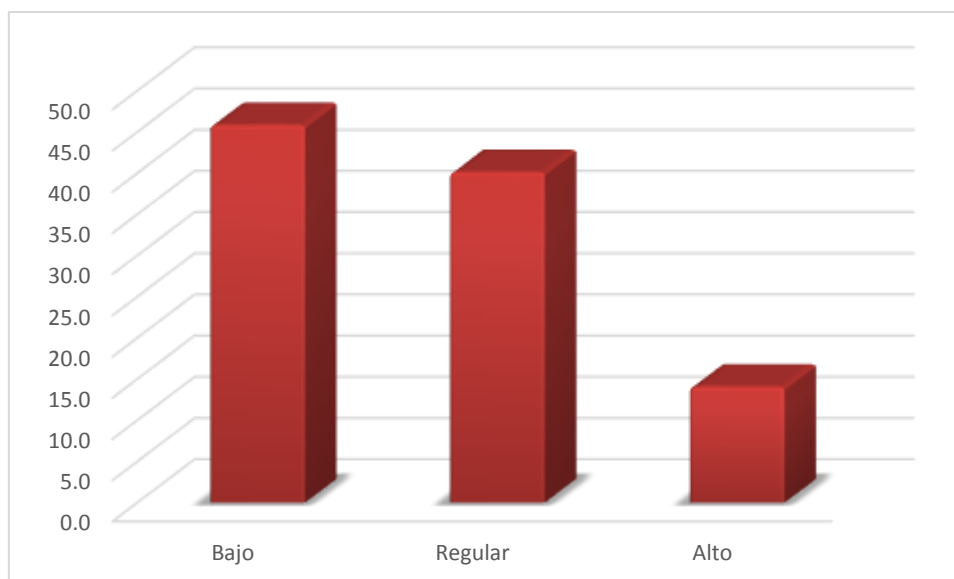


Figura 23. Conocimiento de mercado y adaptabilidad

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 45,8% refieren que la competitividad en cuanto al conocimiento de mercado y adaptabilidad se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 40,1% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 14,1% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

DIMENSIÓN: FACTORES SISTÉMICOS

Tabla 32
Factores sistémicos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	85	22,1	22,1
Regular	258	67,2	89,3
Alto	41	10,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

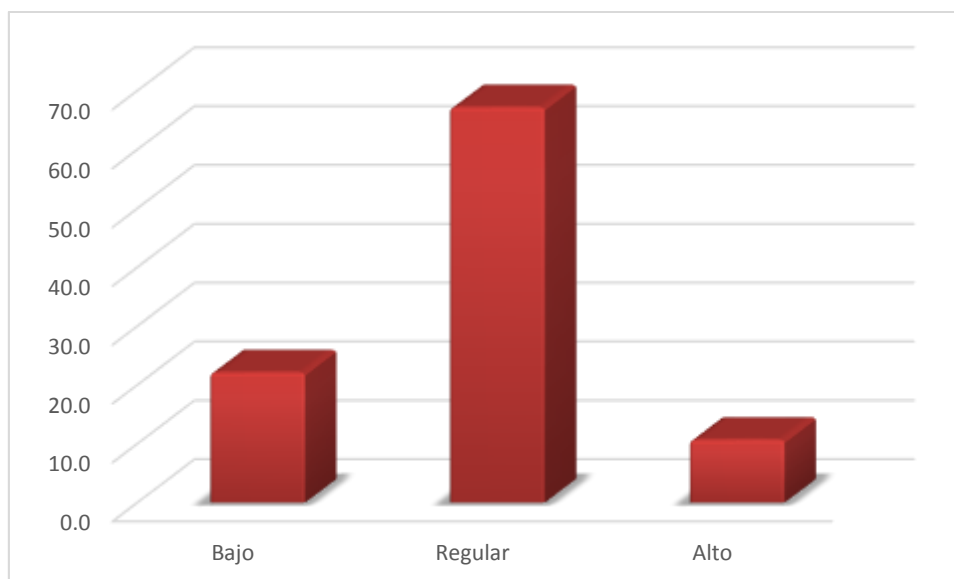


Figura 24. Factores sistémicos

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 22,1% refieren que la competitividad en cuanto a sus factores sistémicos se presenta en un nivel bajo. Asimismo, el 67,2% de los usuarios encuestados manifestaron que se presenta en un nivel regular y un 10,7% indicaron que se presenta en un nivel alto.

INDICADOR: INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA E INSTITUCIONAL

Tabla 33

Infraestructura tecnológica e institucional

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	85	22,1	22,1
Regular	258	67,2	89,3
Alto	41	10,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

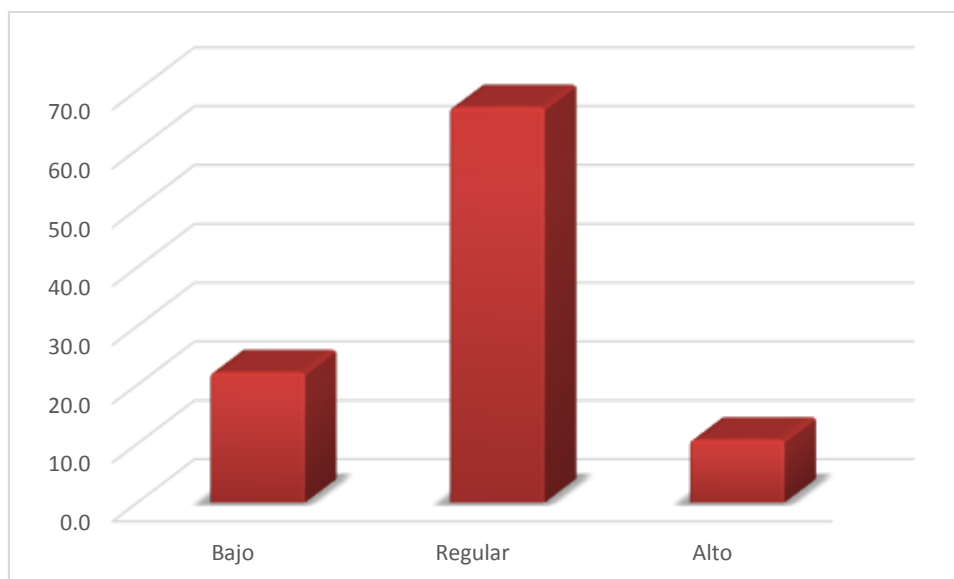


Figura 25. Infraestructura tecnológica e institucional

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 22,1% refieren que la competitividad en cuanto a su infraestructura tecnológica e institucional se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 67,2% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 10,7% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

DIMENSIÓN: FACTORES DE DESARROLLO MICROECONÓMICO

Tabla 34
Factores de desarrollo microeconomico

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	118	30,7	30,7
Regular	230	59,9	90,6
Alto	36	9,4	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

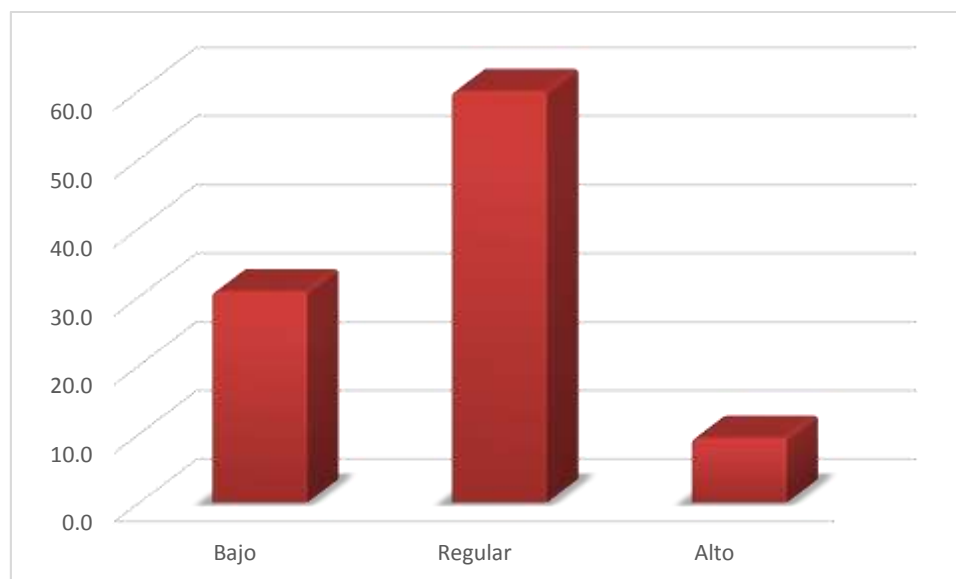


Figura 26. Factores de desarrollo microeconómico

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 30,7% refieren que la competitividad en cuanto a sus factores de desarrollo microeconómico se presenta en un nivel bajo. Asimismo, el 59,9% de los usuarios encuestados manifestaron que se presenta en un nivel regular y un 9,4% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: CAPACITACIÓN Y GESTIÓN TECNOLÓGICA DEL BANCO

Tabla 35

Capacitación y gestión tecnológica del banco

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	102	26,6	26,6
Regular	240	62,5	89,1
Alto	42	10,9	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

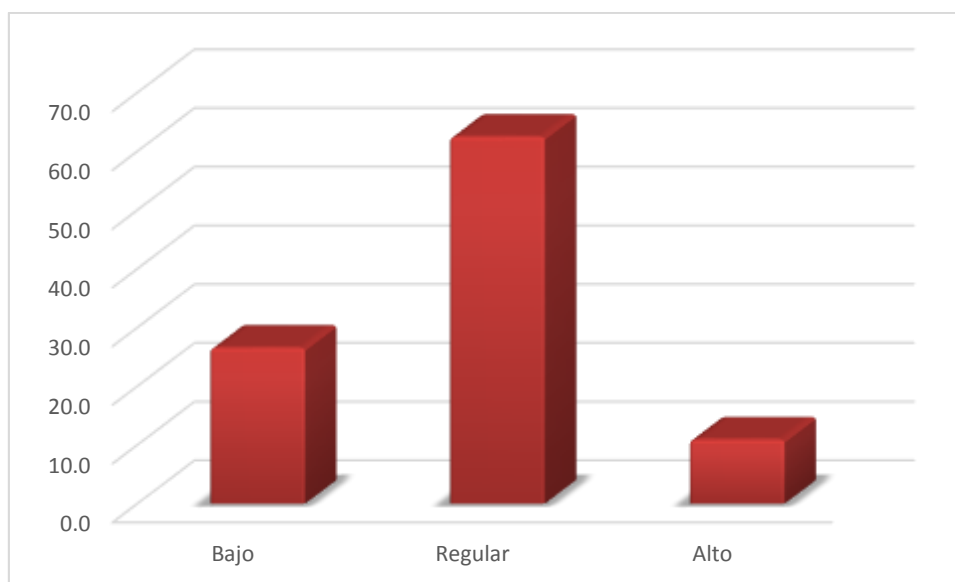


Figura 27. Capacitación y gestión tecnológica del banco

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 26,6% refieren que la competitividad en cuanto a su capacitación y gestión tecnológica del banco se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 62,5% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra regular y un 10,9% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: NUEVOS ESQUEMAS ORGANIZACIONALES

Tabla 36
Nuevos esquemas organizacionales

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	164	42,7	42,7
Regular	165	43,0	85,7
Alto	55	14,3	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

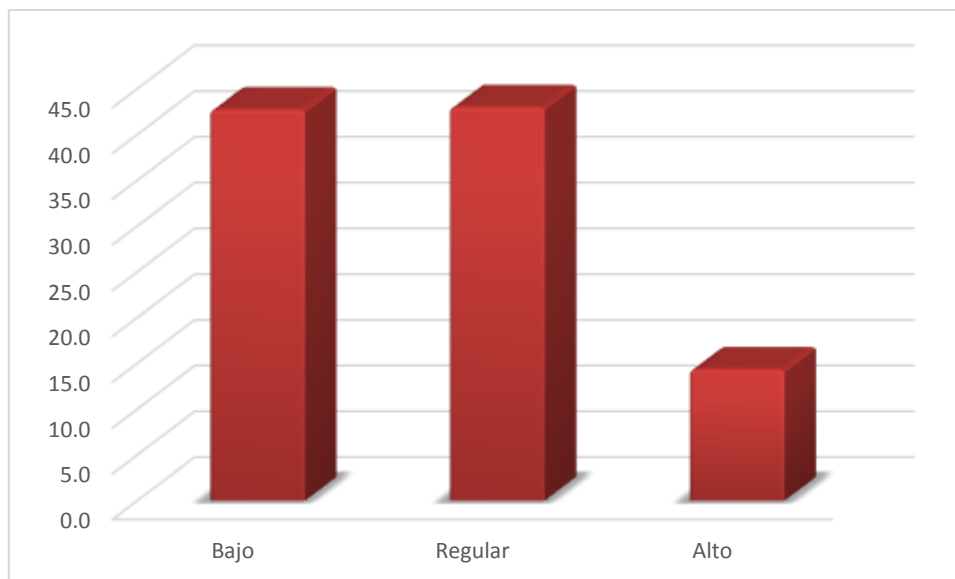


Figura 28. Nuevos esquemas organizacionales

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 42,7% refieren que la competitividad en cuanto a los nuevos esquemas organizacionales se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 43% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 14,3% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: ESTRATEGIAS DE VENTAS DE SERVICIOS

Tabla 37
Estrategias de ventas de servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	69	18,0	18,0
Regular	279	72,7	90,6
Alto	36	9,4	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

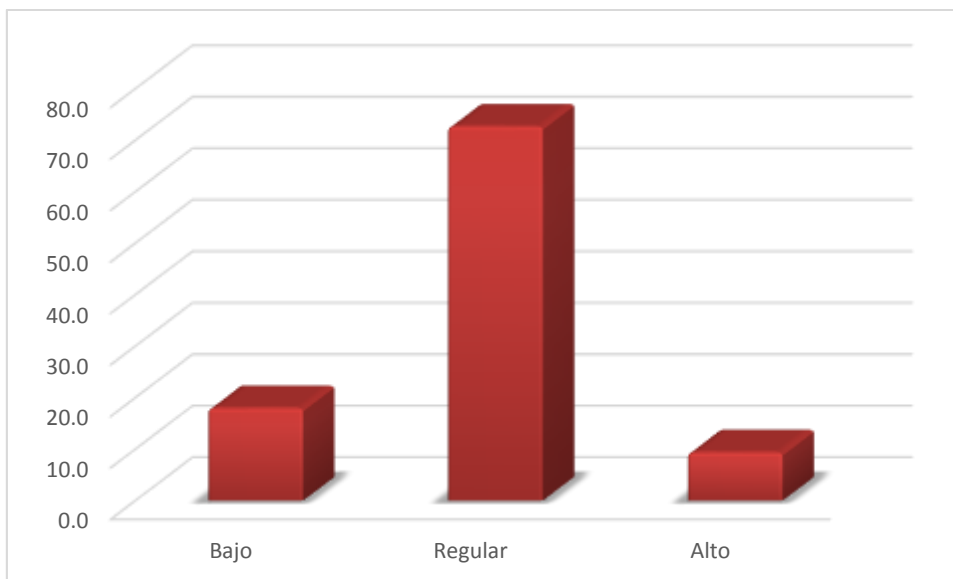


Figura 29. Estrategias de ventas de servicios

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 18% refieren que la competitividad en cuanto a las estrategias de ventas de servicios se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 72,7% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 9,4% indicaron que se encuentra en un nivel alto.

INDICADOR: RECURSOS HUMANOS

Tabla 38
Recursos humanos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	118	30,7	30,7
Regular	209	54,4	85,2
Alto	57	14,8	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

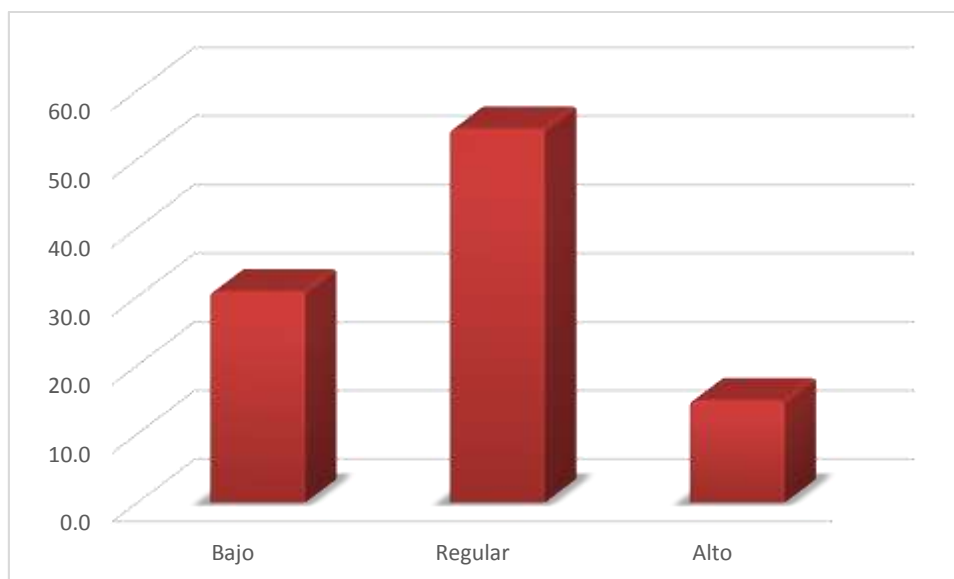


Figura 30. Recursos humanos

Fuente: Aplicación de cuestionarios, elaboración propia

Según los usuarios del Banco Continental sede Tacna, el 30,7% refieren que la competitividad en cuanto a sus recursos humanos se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, el 54,4% de los usuarios encuestados manifestaron que se encuentra en un nivel regular y un 14,8% indicaron que se encuentra en un alto nivel.

Pruebas de Normalidad

Para establecer si las variables cuentan con una distribución normal, es necesario realizar la pruebas de normalidad; así mismo, se debe considerar la prueba de Kolmogorov-Smirnov porque la muestra es mayor a 50, los resultados de las pruebas realizadas se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 39
Pruebas de Normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad Social bancaria	,316	384	,000	,757	384	,000
Competitividad	,272	384	,000	,773	384	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Formulación de la hipótesis

Ho: Los datos provienen de una distribución normal

H1: Los datos no provienen de una distribución normal

Establecer el nivel de significancia

Nivel de significancia (alfa) = 5%

Estadístico de prueba

Se determino trabajar un estadístico de prueba “Kolmogorov - Smirnov para una muestra”

Lectura del pvalor

Ho: ($p \geq 0.05$) → No se rechaza la Ho

H1: ($p < 0.05$) → entonces se rechaza la Ho

Decisión

Los resultados muestran que la Responsabilidad Social bancaria (sig. 0,000) y la Competitividad (sig. 0,000) , dichas variables poseen una distribución no normal por tener los valores menores a ($p < 0,05$); por lo tanto se deben realizar pruebas no paramétricas para la evaluación de estas variables.

De acuerdo a Hernandez, Fernández y Baptista (2014), la homocedasticidad que es lo mismo decir homogeneidad de varianzas, se da cuando se hace un estudio comparativo de dos grupos, por lo cual se amerita que se tenga varianzas iguales en ambos grupos; pero en el presente caso se está trabajando con un solo grupo que son los (usuarios).

4.4 Prueba estadística

4.4.1 VERIFICACIÓN DE LA PRIMERA HIPÓTESIS SECUNDARIA

La responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

Ho: La responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, no es regular.

Hipótesis alterna

H1: La responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.

b) Nivel de significancia: 0.05

c) Elección de la prueba estadística: Chi cuadrado

Tabla 40
Estadístico de prueba - chi cuadrado

Estadísticos de prueba	
Responsabilidad social bancaria	
Chi-cuadrado	131,078 ^a
gl	2
Sig. asintótica	,000

d) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0.05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0.05

Conclusión:

Dado que el valor-p es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.

4.4.2 VERIFICACIÓN DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS SECUNDARIA

El nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019 es regular.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

H_0 : El nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019 no es regular.

Hipótesis alterna

H1: El nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019 es regular.

b) Nivel de significancia: 0.05

c) Elección de la prueba estadística: Chi cuadrado

Tabla 41

Estadístico de prueba - chi cuadrado

Estadísticos de prueba	
	Competitividad
Chi-cuadrado	92,953 ^a
gl	2
Sig. asintótica	,000

d) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0.05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0.05

Conclusión:

Dado que el valor-p es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que el nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.

4.4.3 VERIFICACIÓN DE LA TERCERA HIPÓTESIS SECUNDARIA

Existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

Ho: No existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

Hipótesis alterna

H1: Existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

b) Nivel de significancia: 0.05

c) Elección de la prueba estadística: Correlación de Spearman (Rho de Spearman muestral)

Tabla 42
Correlaciones

		Responsabilidad social		Competitividad
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1,000	0,930**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	384	384
	Competitividad	Coefficiente de correlación	0,930**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	384	384

d) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0.05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0.05

Conclusión:

Dado que el valor-p es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

4.4.5 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

La responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística**Hipótesis nula**

H_0 : La responsabilidad social bancaria no influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

Hipótesis alterna

H_1 : La responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.

b) Nivel de significancia: 0.05**c) Elección de la prueba estadística: Regresión Lineal Ordinal**

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	380,849			
Final	16,128	364,722	2	,000

Función de enlace: Logit.

Los resultados indican que se estaría explicando la influencia de la responsabilidad social en la competitividad; asimismo se tiene al valor chi cuadrado de 364,722 y p valor (valor de la significación) que es aproximado a 0,000 frente a la significación estadística α menor a 0.05 (p-valor $< \alpha$).

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,613
Nagelkerke	,720
McFadden	,497

Función de enlace: Logit.

La prueba del pseudo R cuadrado, según el indicador de Nagelkerke, nos explica que la variable responsabilidad social bancaria tiene un nivel de influencia del 72% sobre la variable competitividad; por tanto: “La responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019”.

4.5 Discusión de resultados

A la luz de los resultados, se ha comprobado que la responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, ya que la prueba del pseudo R cuadrado, según el indicador de Nagelkerke, nos explica que la variable responsabilidad social bancaria tiene un nivel de influencia del 72% sobre la variable competitividad. Los resultados encontrados guardan relación en parte con lo establecido por Cea (2010), quien concluyó que las acciones de responsabilidad social corporativa implica el desarrollo de acciones

éticas y altruistas. Es decir, muestran interés social hacia la comunidad, a los grupos de interés. Los resultados de la hipótesis determinaron que las entidades bancarias deben priorizar los grupos de interés, que contribuye a que eleve su buen desarrollo de responsabilidad social empresarial, lo que contribuye a elevar su imagen corporativa y su rentabilidad. Los hallazgos encontrados se parecen a lo informado por Rosero (2015), quien concluye que la empresa responsable socialmente, se basa en los impactos sociales y medioambientales que ocasionan cuando desarrollan sus tareas y actividades. Las entidades bancarias implementan las políticas de responsabilidad social que son publicados en la Comisión Europea. Asimismo, se demostró que existe una relación positiva de la RSE sobre el desempeño financiero. Los bancos consideraron el componente social, medioambiental y de gobierno corporativo, lo que ha contribuido a elevar su imagen empresarial.

Asimismo, se ha determinado que la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, se desarrolla de forma poco efectiva en un 55,4 % y nada efectiva en un 36,5 %. Los hallazgos encontrados tienen relación en parte con lo aseverado por Wong (2015), quien concluye que, antes la responsabilidad de los entes organizativos, era maximizar las ganancias para sus accionistas y sus clientes, orientado a elevar una cultura financiera de la especulación, financiando a prestatarios con capacidad crediticia y generando un estado de exclusión financiera de grupos sociales vulnerables. La Responsabilidad Social que puedan asumir las entidades financieras, va a conseguir que la actividad bancaria tenga un compromiso social, para crear una cultura financiera que posibilitara el uso ético y sostenible del dinero. Se identifican dos dimensiones que delimitan la profundidad del compromiso social de la Institución Financiera: La promoción del ahorro socialmente responsable y la promoción de la inversión socialmente responsable, son dimensiones que hacen notar el compromiso social del ente financiero.

Además, se ha comprobado que la responsabilidad social se relacionan de manera directa con la aplicación en los créditos bancarios – Ecuador. Los resultados encontrados se parecen en parte con lo informado por Truño (2016), quien concluyó

que la imagen de la entidad se relaciona con la satisfacción de los consumidores; por lo que se hace énfasis que los entes bancarios deben dar prioridad a sus grupos de interés como los clientes, proveedores, y sobre todo la comunidad. La responsabilidad social bancaria debe ser inherente a sus actividades empresariales, en cuanto a las dimensiones: ética, que incluye los compromisos éticos, las relaciones transparentes con las partes interesadas y la divulgación de valores. En lo referente a la dimensión colaboradores, considera el respeto al individuo y diversidad, el desarrollo profesional y la empleabilidad, el cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo. Así como la responsabilidad social en la dimensión ambiental, que incluye el compromiso con la mejoría de la calidad ambiental, la mejora de procesos de gestión ambiental y la contribución a la conservación del medio ambiente.

Los resultados encontrados se relacionan en parte con lo informado por Bocanegra (2010), quien concluye que, lamentablemente en Perú, todavía la responsabilidad social empresarial no tiene fuerza, uno de los aspectos cruciales es que cumplan con la legislación vigente en el rubro de los entes financieros, es decir, teniendo en cuenta el principio de legalidad. Es necesario que haya más empresas que desarrollen buenas prácticas de responsabilidad social empresarial a nivel nacional, con el objetivo de elevar el desarrollo humano sostenible. De acuerdo a la hipótesis se confirmó que la comunicación de responsabilidad social corporativa del Banco de la Nación en el programa de responsabilidad empresarial contribuye a que la institución consiga sus objetivos institucionales.

Se ha demostrado que el nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019 es regular en un 49 % y 40 % en un nivel bajo. Los hallazgos encontrados se relacionan en parte con lo aseverado por Corredor et al (2016), quien concluye que, en el componente visión y estrategia se encontró un 95% de cumplimiento sobre los indicadores Ethos-IARSE, donde se muestra el alto enfoque del sector bancario en Colombia, donde se comprende los requerimientos de sus clientes, con la implementación de estrategias y objetivos alineados a la RSE con sus

diferentes grupos de interés, incrementando el compromiso de sostenibilidad y permanencia en el tiempo a través de su modelo de negocio. En el componente gobierno corporativo y gestión, se encontró un 89% de cumplimiento sobre los indicadores Ethos-IARSE, lo cual resalta el cumplimiento del sector en temas de gobernabilidad corporativa, sustentabilidad, y prácticas anticorrupción. Así en los entes bancarios cumplen a cabalidad con la reglamentación para evitar tener negocios o dineros provenientes de actividades ilícitas; para lo cual, se puede observar la gestión y el compromiso en sus reportes financieros y por medio de la implementación y desarrollo de programas de RSE.

Asimismo, los hallazgos detectados encontrados se parecen a lo aseverado por Beltrán, Quintana e Hidalgo (2016), quien concluye que se encontró que si bien Scotiabank Perú promueve algunas iniciativas con las que buscan promover la equidad de género dentro de su organización, éstas no forman parte de una estrategia de diversidad a largo plazo. No implementa dos propuestas: la primera, el establecimiento de un claro objetivo de mujeres en las gerencias a lo largo de toda la organización para que, como consecuencia, se desprendan prácticas planificadas y; la segunda, la creación de una comunidad de mujeres que fomente la equidad de género, y que se centre en el empoderamiento de la mujer. Los resultados de las hipótesis confirman que el alto compromiso con la equidad de género de Scotiabank Perú, como parte de su responsabilidad social corporativa se relaciona de manera directa con su nivel de competitividad.

Se ha comprobado que existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, según la prueba correlación de Spearman, cuyo valor del coeficiente Rho es 0,930, que es significativa. Los hallazgos encontrados se parecen a lo informado por Guerra, Medina, y Ríos (2016), quien concluye que, desde una perspectiva de RSE, la banca peruana tiene un mayor grado de integración con el *stakeholder* 'cliente', enfocando sus procesos, políticas y estrategias para lograr un respeto a la privacidad del consumidor, una excelencia de servicio en atención al consumidor y ventas éticas.

En cuanto a los *stakeholders* 'accionistas' y 'proveedores', se considera que la percepción de los colaboradores de la banca peruana es que este sector realiza acciones para establecer relaciones con la competencia, desarrolla principios éticos y trabaja en un buen gobierno corporativo. Por el lado de los proveedores, existe un riguroso y transparente proceso para la evaluación y selección de proveedores. Los resultados de las hipótesis confirman que al tener buenas relaciones con los grupos de interés el ente organizativo mejora el nivel de competitividad, al fortalecer también sus compromisos éticos, las relaciones transparentes con las partes interesadas y la divulgación de valores.

CAPÍTULO V:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

PRIMERA

Se ha comprobado que la responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, ya que la prueba del pseudo R cuadrado, según el indicador de Nagelkerke, nos explica que la variable responsabilidad social bancaria tiene un nivel de influencia del 72% sobre la variable competitividad.

SEGUNDA

Se ha demostrado que la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular, según la aplicación de la prueba Chi², donde el valor-p es menor a 0,05.

TERCERA

Se ha comprobado que el nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019 es regular, según la aplicación de la prueba Chi², donde el valor-p es menor a 0,05.

CUARTA

Existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, según la prueba correlación de Spearman, cuyo valor del coeficiente Rho es 0,930, que es significativa.

5.2 Recomendaciones

PRIMERA

Los directivos del Banco Continental, sede Tacna deben disponer que se desarrolle una propuesta de Gestión de la Responsabilidad Social Bancaria, con enfoque de innovación, y priorizando a los grupos de interés, para elevar la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna. El tipo de enfoque de innovación que ayudará a la propuesta es el de la OCDE – Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2005), específicamente en innovación organizacional.

SEGUNDA

El Jefe del Área de Gestión de la Responsabilidad Social debe realizar un seguimiento al aspecto ético, para elevar la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna. El Modelo para la Evaluación de Programas de Ética Organizacional ayudará al seguimiento de la dimensión.

TERCERA

El Jefe del Área de Gestión de la Responsabilidad Social, debe desarrollar un sistema de gestión de la dimensión colaboradores para optimizar la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna. Se realizará con la creación de un Área de Responsabilidad Social o Comité de Responsabilidad Social donde se establezcan políticas efectivas de relaciones con los colaboradores, programas de desarrollo profesional de Seguridad y Salud Ocupacional para los trabajadores.

CUARTA

El Jefe del Área de Gestión de la Responsabilidad Social debe desarrollar un seguimiento a la dimensión ambiental para mejorar competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, a través de los siguientes indicadores: Instrumento de gestión ambiental, Implementación de políticas ambientales (Políticas para reducir el uso de papel y plástico, políticas para la conservación de áreas verdes y la biodiversidad); estrategias de comunicación ambiental.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

a) Bibliografía

- Afluenta (2016). Nosotros. <https://www.afluenta.pe>
- Hidalgo, O. (2018). Influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen institucional de las entidades Financieras de Tacna, año 2017. (tesis de doctorado). Universidad Privada de Tacna.
- Álvarez, A., Silvestri, K., & Hernández, R. (2011). Lineamientos estratégicos que permiten fortalecer la responsabilidad social empresarial en el sector bancario. *Revista de Formación Gerencial*, 10(1), 108-134. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/>
- Aranda, A. (2015). La responsabilidad social como factor estratégico en el sector de las Cajas de Ahorro. (Tesis Doctoral). Universidad de Jaén – España
- Aránzazu, J. (2019). *Responsabilidad social corporativa ADGG072PO*. Málaga-España: Editorial IC
- Asbanc: cuatro Bancos extranjeros interesados en ingresar a Perú. (2015, 31 de marzo).
- BBVA Continental. (2015a). *Política medioambiental del Grupo BBVA*. Recuperado de <http://bancaresponsable.com/informe-anual-2009/pdf/Politica-Medioambiental-del-Grupo-BBVA.pdf>
- Beltrán, D.; Quintana, E., e Hidalgo, K. (2016). Responsabilidad social empresarial en el sector financiero. análisis de una empresa local a través del benchmarking de 3 empresas extranjeras en buenas prácticas en la gestión de equidad de género, durante el periodo 2014-2016. (Trabajo de suficiencia profesional). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – Lima.
- Bocanegra, H. (2010). El Componente comunicacional en los programas de responsabilidad social empresarial en las entidades financieras peruanas: Caso del Banco de la Nación. (Tesis de grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.

- Camejo, A. (2018). *La emergente ética y responsabilidad social en las relaciones laborales en el siglo XXI*. Bogotá-Colombia. Editorial del Politécnico Grancolombiano, Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia – ASEUC
- Canto, G.; Guerra, R.; Medina, L. y Ríos, A. (2016). Diagnóstico y propuestas de mejora para una banca socialmente responsable, en el Perú. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cardona, M.; Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones . Universidad del Valle/Vol. 29 Nro. 50/julio-diciembre de 2013. Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/2250/225029797009/>
- Cea, R. (2010). La responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la Unión Europea. Análisis empírico y propuesta de modelo normalizado (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Madrid.
- Commission of the European Communities (2001). Green paper. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Concepts, evidence and implications. *The Academy of Management Review*, 20, 1, 65-91. consumer trust: A comparative analysis in traditional versus internet banking. *Internet Research*, 15, 4, 447-470.
- Corredor, B. et al (2016). El Estado de la gestión con enfoque en responsabilidad social empresarial en los cinco principales bancos en Colombia. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Corresponsables (2016) Anuario 2016 de Organizaciones Responsables y Sostenibles en el Perú. Recuperado de <http://publicaciones.corresponsables.com/publication/e60c5e1/>
- D'Alessio, F. (2012). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia (2a ed.)*. Zenteno, A. (s/f). MBS Consulting. Recuperado de:
- Duque, Y. V., & Martínez, D. (2012). Responsabilidad social empresarial en la dimensión laboral: Caso Bancolombia y BBVA. *Investigación y Reflexión*, 20(1), 171-187.

- Emil, V. (2011). *Competitividad de la empresa y los distritos industriales*. España: Editorial Académica.
- Escobar, B., & González, J. (2005). *Responsabilidad Social Corporativa: ¿Compromiso u Oportunismo?* *Revista de Contabilidad*, 8(16), 67-98.
- Gil, G. (2018). *Responsabilidad social corporativa: revisión crítica de una noción empresarial*. Madrid – España. Editorial Centro de Investigaciones sociológicas
- Marquina, P. S. (2009). La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos. (Tesis doctoral). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Montoya, B. y Martínez, P. (2012). *Responsabilidad social empresarial. Una respuesta ética ante los desafíos globales*. México: Universidad La Salle Chihuahua
- Morón, E., Tejada, J., & Villacorta, A. (2010). Competencia y concentración en el Sistema Financiero en el Perú. *Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual*, 6(11), 41- 85
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: Editorial ESIC
- Perez, Y.; Sarmiento, Y. y Fortaleza, S. (2018). *Procedimiento para el diagnóstico de la competitividad empresarial: Un insumo para la planificación empresarial*. Editor EAE
- Rosero (2015). Relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial: un análisis en la Banca europea. (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid – España.
- Tomateo, V. (2018). Competencia y estabilidad bancaria: un análisis para los principales bancos del sistema peruano. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú – Lima.
- Truño, J. (2016). La responsabilidad social corporativa, una aproximación en el sector bancario. (Tesis de doctorado). Universitat Autònoma de Barcelona. España.
- Uribe, M. (2012). *Competitividad empresarial*. Editorial. EAE.

- Vásquez, H. (2017). El Benchmarking y su influencia en la competitividad en la empresa inversiones Ferronor EIRL – Bambamarca. (Tesis de grado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel – Perú.
- Vidal, I., y Morrós, J. (2015). *Responsabilidad Social Sostenibilidad GRI e ISO 26000*. Madrid, España: Fundación Confemetal
- Velarde, J. (2019). La responsabilidad social empresarial y su influencia en el posicionamiento de las entidades bancarias en Tacna, 2018. (tesis de doctorado). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann- Tacna.
- Wong, C. (2015). Responsabilidad social y su aplicación en los créditos bancarios (Tesis de Grado). Universidad de Guayaquil - Ecuador

ANEXOS

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

**RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD
EN EL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019**

Problema	Objetivos	Hipótesis	Operacionalización de variables	Metodología	Recomendaciones
<p>Problema principal ¿De qué manera la responsabilidad social bancaria influye en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019?.</p> <p>Problemas secundarios a) ¿Cómo es la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019?. b) ¿Cuál es el nivel de</p>	<p>Objetivo general Determinar de qué manera la responsabilidad social bancaria influye en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.</p> <p>Objetivos específicos a) Analizar cómo es la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019. b) Establecer cuál es el nivel de competitividad en el Banco Continental,</p>	<p>Hipótesis principal La responsabilidad social bancaria influye significativamente en la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.</p> <p>Hipótesis secundarias a) La responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.</p>	<p>Variable Independiente: X: RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA</p> <p>Dimensiones Dimensión 1: Dimensión ética</p> <p>Indicadores: - Compromisos éticos - Relaciones transparente con las partes interesadas - Divulgación de valores</p> <p>Dimensión 2: Dimensión grupos de interés</p> <p>Indicadores: -Responsabilidad social con los colaboradores -Responsabilidad social con los clientes</p>	<p>Tipo de investigación El presente trabajo de investigación es básico porque se buscó aportar al conocimiento, y de nivel explicativo, debido a que trata de explicar por qué la responsabilidad social bancaria influye en la competitividad.</p> <p>Diseño de la Investigación El presente estudio es de diseño no experimental, transeccional. causal- explicativo.</p> <p>Población En el presente estudio estará constituida por los usuarios del Banco Continental; por lo que se considera una población infinita, que tiene un tratamiento especial para la determinación de la muestra.</p>	<p>PRIMERA Se debe desarrollar una propuesta de mejora de responsabilidad social bancaria, con enfoque de innovación, y priorizando a los grupos de interés, para elevar la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna. El tipo de enfoque de innovación que ayudará a la propuesta es el de la OCDE – Organización para la Cooperación y el Desarrollo económico (2005),</p>

<p>competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019?.</p> <p>c) ¿Cuál es la relación que existe entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019?.</p>	<p>sede Tacna, año 2019.</p> <p>c) Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.</p>	<p>b) El nivel de competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019, es regular.</p> <p>c) Existe relación significativa entre la responsabilidad social bancaria y la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019.</p>	<p>-Responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno.</p> <p>Dimensión 3: Dimensión ambiental</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con la mejora de la calidad ambiental - Mejora de procesos de gestión ambiental - Contribución a la conservación del medio ambiente <p>Dimensión 4: Dimensión social</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organización de la acción social de la empresa - Participación en las actividades sociales - Informe de acciones sociales - Balance social <p>Variable dependiente</p> <p>Y: COMPETITIVIDAD</p> <p>Dimensiones</p> <p>Dimensión 1: Factores internos de la empresa</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad tecnológica 	<p>Muestra</p> <p>Para el presente estudio se determinó la muestra a través de formula arrojando un tamaño de muestra de 384 usuarios.</p> <p>Técnicas de Recolección de los datos</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumentos para la recolección de los datos</p> <p>Cuestionario</p>	<p>específicamente en innovación organizacional.</p> <p>SEGUNDA</p> <p>Se sugiere que se desarrolle un seguimiento a la dimensión ética para elevar la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna. El Modelo para la Evaluación de Programas de Ética Organizacional ayudará al seguimiento de la dimensión.</p> <p>TERCERA</p> <p>Se debe desarrollar un sistema de gestión de la dimensión colaboradores para optimizar la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna. Se realizará con la creación de un Área de Responsabilidad Social o Comité de</p>
--	--	---	---	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de los recursos humanos - Conocimiento de mercado y adaptabilidad <p>Dimensión 2: Factores sistémicos</p> <p>Indicador:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura tecnológica e institucional <p>Dimensión 3: Factores de desarrollo microeconómico</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación y gestión tecnológica del banco - Nuevos esquemas organizacionales -Estrategias de ventas de servicios. - Recursos humanos 		<p>Responsabilidad Social donde se establezcan políticas efectivas de relaciones con los colaboradores, programas de desarrollo profesional de Seguridad y Salud Ocupacional para los trabajadores.</p> <p>CUARTA</p> <p>Se debe desarrollar un seguimiento a la dimensión ambiental para mejorar competitividad en el Banco Continental, sede Tacna. Se llevará a cabo a través de los siguientes indicadores:</p> <p>Instrumento de gestión ambiental, Implementación de políticas ambientales (Políticas para reducir el uso de papel y plástico, políticas para la conservación de</p>
--	--	--	---	--	---

					<p>áreas verdes y la biodiversidad) ; estrategias de comunicación ambiental.</p> <p>QUINTA Se debe diseñar estrategias de fortalecimiento de la dimensión social con enfoque de inclusión para elevar la competitividad en el Banco Continental, sede Tacna. Mediante los indicadores : acciones y actividades ambientales en comunidades, participación en procesos públicos y sociales en materia ambiental , colaboración para formulación de políticas públicas ambientales</p>
--	--	--	--	--	--

ANEXO 2
PROPUESTA DE MEJORA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA PARA ELEVAR LA COMPETITIVIDAD
EN EL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA

Nro.	Objetivos	Acciones de mejora	Responsable	Indicadores de medición de la acción	periodo	Meta
1	IMPLEMENTAR UN PROGRAMA DE LIDERAZGO Y COMPROMISO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BASADO EN LA ISO 26000 y orientado a entidades financieras	Implementar un programa de formación de liderazgo y compromiso, para los directivos del ente financiero, quien debe asumir el liderazgo y compromiso para mejorar la responsabilidad social bancaria.	Director ejecutivo	Programa de formación de liderazgo y compromiso, implementado		90 % Programas de formación de liderazgo y compromiso, implementados
		La alta gerencia del titular disponga la elaboración de un programa de liderazgo y compromiso de responsabilidad social basado en la ISO 26000 , orientado a entidades financieras.	Jefe del área de responsabilidad social	Programa de liderazgo y compromiso de responsabilidad social basado en la ISO 26000 y orientado a entidades financieras.		90 % de avance del programa de liderazgo y compromiso ejecutado
		La alta gerencia a través de un programa de sensibilización y socialización motive a los trabajadores en el esfuerzo de cumplimiento con el compromiso de responsabilidad social basado en la ISO 26000, orientado a entidades financieras.	Jefe del área de responsabilidad social	Programa de sensibilización y socialización realizado		85 % de Programas de sensibilización y socialización realizados

		La alta gerencia asigne recursos financieros para el programa de liderazgo y compromiso de responsabilidad social basado en la ISO 26000, orientado a entidades financieras.		Recursos financieros para el programa de liderazgo y compromiso de responsabilidad social basado en la ISO 26000 y orientado a entidades financieras.		% Recursos financieros para el programa asignado
2	IMPLEMENTAR LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	Documentar las políticas de responsabilidad social, es decir, establecer por escrito las políticas, reflejando adecuadamente una actitud positiva y el compromiso de la administración por la responsabilidad social	Jefe del área de responsabilidad social	Políticas de mejora continua documentadas		100 % Políticas de mejora continua documentada, ejecutada
		La alta gerencia del titular de la entidad establezca la política de responsabilidad social siendo responsable de su implementación y desarrollo, de forma que brinde cobertura a todos los usuarios y trabajadores de la Entidad bancaria		Nro. de políticas de responsabilidad social establecidas		% de políticas de responsabilidad social establecidas
		La alta gerencia incluya compromiso de liderazgo y compromiso de responsabilidad social basado en la ISO 26000 y orientado a entidades financieras.		Nro. de compromisos de mejora de responsabilidad social		% de compromisos de responsabilidad social desarrollados
		La alta gerencia establece metas y objetivos de responsabilidad social.		Metas y objetivos de procesos		% Metas y objetivos de procesos logrados

		Establecer acciones de comunicar a los trabajadores y a usuarios de la entidad bancaria sobre el programa de liderazgo y compromiso de responsabilidad social basado en la ISO 26000 y orientado a entidades financieras.		Nro. de acciones de comunicación a los trabajadores sobre el programa de liderazgo y compromiso de responsabilidad social basado en la ISO 26000 y orientado a entidades financieras.		Nro. de comunicaciones escritas y verbales a los trabajadores realizadas
		Disponer el acceso de las políticas de responsabilidad social		Nro. de disposición de acceso a políticas de responsabilidad social		% acciones de disposición de acceso a políticas de responsabilidad social desarrollados
						% de revisiones permanentes de las políticas de responsabilidad social desarrolladas.

3	IMPLEMENTAR PROGRAMA DE MEJORA DE RESPONSABILIDAD DE ACUERDO A LA ISO 26000	Revisar, actualizar y complementar el Programa de mejora de responsabilidad social en la entidad bancaria, que contenga entre otros aspectos, lo siguiente: Metas cuantificables, cuyos resultados permitirán apreciar su progreso o deterioro, en cuanto a la eficiencia con respecto al tiempo de los procesos, suministro de recursos, productividad de servicios, entre otras cosas		Nro. de revisiones y actualizaciones para complementar el Programa de mejora de responsabilidad social	% de Revisiones, actualizaciones ejecutadas
		Evaluar el programa de mejora de responsabilidad social y los resultados registrarlos y ponerlos a disposición de la autoridad de la entidad bancaria cuando ésta lo requiera.		Nro. de evaluaciones del programa de responsabilidad social	% de evaluaciones del programa de mejora de responsabilidad social ejecutadas.
		Establecer acciones de planificación de actividades encaminadas a identificar, evaluar, reconocer, especificar lineamientos y registrar todas aquellas acciones, omisiones y condiciones de trabajo que pudieran afectar el desarrollo del Programa de mejora de responsabilidad social		Nro. de acciones de planificación de actividades implementadas	% de acciones de planificación de actividades implementadas
		Establecer acciones de planificación de actividades encaminadas a identificar, evaluar, reconocer, especificar lineamientos y registrar todas aquellas acciones, omisiones y condiciones de trabajo que pudieran afectar el desarrollo del Programa de mejora de responsabilidad social a los trabajadores y usuarios de la entidad bancaria.		Nro. de acciones de organización de las actividades	% de acciones de organización de las actividades
		Nro. de actividades encaminadas a identificar,	% de actividades realizadas		

				evaluar, reconocer, especificar lineamientos		
4	Designar EL COMITÉ del Programa de mejora de Responsabilidad social	Constituir el nuevo Comité del Programa de mejora de responsabilidad social en la entidad bancaria	Supervisor	Resolución de constitución de Comité del Programa para la mejora de responsabilidad social emitida		% de emisión de la resolución de constitución Comité de responsabilidad social ejecutada
		Instalar el Comité del programa de mejora de responsabilidad social	Supervisor	Comité de mejora de responsabilidad social instalado		% de Instalación del Comité de mejora de responsabilidad social realizada

		El Comité se debe de encargar de elaborar y aprobar el reglamento y constitución del Programa de mejora de responsabilidad social de acuerdo a la estructura establecida.			Reglamento y constitución del Comité del programa de mejora de responsabilidad social		Reglamento y constitución del Comité de mejora de responsabilidad social
		Realizar seguimientos mensuales de todos los componentes del Programa de mejora de responsabilidad social.			Nro. de seguimiento mensuales.		Nro. de seguimiento mensuales ejecutadas.
6	IMPLEMENTAR EL PROGRAMA DE MEJORA DE LA DIMENSIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS	Delinear e implementar políticas efectivas de relaciones con grupos de interés	Delinear e implementar políticas efectivas de relaciones con colaboradores		Supervisor	Nro. de políticas delineadas e implementadas efectivas relaciones con los grupos de interés.	% de acciones para ser ejecutadas.
			Delinear e implementar políticas efectivas de relaciones con los cliente			Nro. de políticas delineadas e implementadas.	Nro. de políticas delineadas e implementadas.

			Delinear e implementar políticas efectivas de relaciones con proveedores			Nro. de políticas delineadas e implementadas.		Nro. de políticas delineadas e implementadas.
			Delinear e implementar políticas efectivas de relaciones con reguladores y gobierno			Nro. de políticas delineadas e implementadas		Nro. de políticas delineadas e implementadas
			Delinear e implementar políticas efectivas de relaciones con la comunidad y medio ambiente.			Nro. de políticas delineadas e implementadas.		Nro. de políticas delineadas e implementadas.

		Promover el diálogo con los proveedores	Comunicar y compartir a todos los niveles de la organización los resultados y diálogos con los grupos de interés.			Niveles de organización de los resultados y diálogos con los grupos de interés, comunicados e impartidos.		% Niveles de organización de los resultados y diálogos con los grupos de interés, comunicados e impartidos.
		Promover la gestión participativa	Estimular y recompensar a los empleados que presenten sugerencias para mejorar los procesos internos					

			Poner a disposición de los empleados la información financiera.					
		Promover el desarrollo profesional y empleabilidad	Considerar programas de desarrollo de carrera para sus empleados			Programas de desarrollo de carrera para empleados destacados.		% Programas de desarrollo de carrera para empleados, considerados.
			Premiar el desarrollo de habilidades de sus empleados a través de reconocimiento y/o promociones			Cantidad de empleados premiados y capacitados.		% de empleados premiados y capacitados.
7	IMPLEMENTAR EL PROGRAMA DE MEJORA DIMENSIÓN AMBIENTAL	Promover el compromiso con la mejora de la calidad ambiental	Comunicar las políticas ambientales a todos los trabajadores			Comunicaciones de políticas ambientales comunicadas a todos los trabajadores.		% de comunicaciones de políticas ambientales comunicadas a todos los trabajadores.

			Participar en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad			Participaciones en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.		% Participaciones en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.
		Promover la mejora de los procesos de gestión ambiental	Reducir el consumo de energía, agua, productos tóxico			Consumo de energía, agua, productos tóxicos reducidos.		% de Consumo de energía, agua, productos tóxicos reducidos.

ANEXO 3

Instrumento 1

RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA EN EL BANCO CONTINENTAL,
SEDE TACNA, AÑO 2019

Sr. Sra. Srta.

Nos encontramos realizando un estudio, respecto a la responsabilidad social bancaria en el Banco Continental, sede Tacna, año 2019; es por ello que hemos elaborado las siguientes proposiciones; por lo que mucho agradeceré a usted, evaluarlas, según el criterio de la tabla, marcando con un aspa (X) el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

INSTRUCCIONES

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Poco de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	4	5

Nro.	Ítems	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN ÉTICA						
Compromisos éticos						
1	En el banco, los valores de la organización están documentados y divulgados.	1	2	3	4	5
2	En el banco, existe un código de ética y/o declaración de valores que aborden a los grupos de interés.	1	2	3	4	5
3	En el banco se puede observar el compromiso de transparencia de la información suministrada a todas las partes interesadas.	1	2	3	4	5
4	En el banco se evidencia el compromiso de veracidad de la información suministrada a todas las partes interesadas	1	2	3	4	5
Relaciones transparentes con las partes interesadas						
5	El banco cuenta con comités y/o consejos responsables de las materias éticas.	1	2	3	4	5
6	En el banco, se nota que tienen una buena relación con los usuarios.	1	2	3	4	5
7	El banco publica en su sitio web regularmente información sobre sus acciones sociales y ambientales.	1	2	3	4	5
8	El banco publica anualmente un Balance Social que incorpora a sus Estados Financieros, el cual contiene aspectos cuantitativos de las acciones sociales.	1	2	3	4	5
9	El banco publica el reporte de sostenibilidad y social medioambiental eficazmente.	1	2	3	4	5
Divulgación de valores						

10	En el banco se puede ver que existen procesos sistemáticos de difusión de los valores para los usuarios en sus operaciones.	1	2	3	4	5
11	El banco expone públicamente sus principios con relación a la competencia.	1	2	3	4	5
12	El banco muestra que pone en práctica sus valores institucionales al momento de brindar atención al cliente.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN GRUPOS DE INTERÉS						
Responsabilidad social con los colaboradores						
13	En el banco se nota que promueven políticas efectivas de relaciones con los colaboradores	1	2	3	4	5
14	En el banco se nota que se respeta a los trabajadores, practicando la equidad.	1	2	3	4	5
15	En el banco se observa que se respeta a los trabajadores, practicando la diversidad.	1	2	3	4	5
16	En el banco se puede evidenciar que los colaboradores están satisfechos con su labor.	1	2	3	4	5
Responsabilidad social con los clientes						
17	En el banco se nota que se promueve políticas efectivas de relaciones con los clientes	1	2	3	4	5
18	En el banco se nota que le dan la debida prioridad a la atención al cliente.	1	2	3	4	5
Responsabilidad social con los órganos reguladores y Gobierno						
19	El banco promueve políticas efectivas de relaciones con los órganos reguladores.	1	2	3	4	5
20	El banco promueve políticas efectivas de relaciones con los órganos de Gobierno.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN AMBIENTAL						
Compromiso con la mejora de la calidad ambiental						
21	El banco participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.	1	2	3	4	5
22	En el banco se puede notar procedimientos de gestión de calidad y medio ambiente.	1	2	3	4	5
23	El banco hace notar que desarrolla buenas prácticas ambientales.	1	2	3	4	5
Mejora de procesos de gestión ambiental						
24	El banco, hace notar que dentro de su patrón tecnológico actual, procura reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos.	1	2	3	4	5
25	El banco, hace notar que dentro de su patrón tecnológico implementa procesos de disposición adecuada de residuos.	1	2	3	4	5
26	El banco demuestra que desarrolla un programa de mejoramiento de gestión ambiental actuando de manera preventiva.	1	2	3	4	5
Contribución a la conservación del medio ambiente						

27	El banco participa en comités/consejos locales o regionales y actividades para concientizar acerca de la problemática ambiental actual en la comunidad.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN SOCIAL						
Organización Acción social de la empresa						
28	El banco tiene procedimientos de consulta periódica a los beneficiarios sobre su acción social.	1	2	3	4	5
29	El banco incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planeamiento estratégico.	1	2	3	4	5
Participación en las actividades sociales						
30	Se nota que el banco participa en programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos de la ciudad.	1	2	3	4	5
31	Se nota que el banco apoya financieramente a programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos de la ciudad.	1	2	3	4	5
Informe de acciones sociales						
32	Se nota que el banco presenta informes de sus acciones sociales, en cuanto a sus participaciones y contribuciones en proyectos de la ciudad.	1	2	3	4	5
Balance social						
33	El banco muestra su balance social sobre aspectos económico-financieros en la Internet.	1	2	3	4	5
34	El banco muestra su balance social sobre aspectos sociales y ambientales de sus actividades en la Internet.	1	2	3	4	5

Instrumento 2

COMPETITIVIDAD DEL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019

Sr. Sra. Srta.

Nos encontramos realizando un estudio, respecto a la competitividad del Banco Continental, sede Tacna, año 2019; por lo que mucho agradeceré a usted, evaluarlas, según el criterio de la tabla, marcando con un aspa (X) el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, deberá elegir SOLO UNA, salvo que el enunciado de la pregunta diga expresamente que puede seleccionar varias. Cada opción tiene un número, marque con un aspa (X) a la opción elegida, según la forma Escala de valoración

Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nro.	Ítems	1	2	3	4	5
	FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA					
	Capacidad tecnológica					
1	Se nota que el banco cuenta con personal competente para el uso de software de los sistemas operativos.	1	2	3	4	5
2	Se nota que el banco cuenta con personal competente para el uso de TICs.	1	2	3	4	5
	Calidad de los recursos humanos					
3	Se nota que el banco cuenta con recursos humanos que poseen un perfil profesional adecuado que le permita desarrollarse en las diferentes áreas operativas.	1	2	3	4	5
4	Se nota que el banco cuenta con recursos humanos proactivos.	1	2	3	4	5
5	Se nota que el banco cuenta con recursos humanos que se adaptan a los cambios.	1	2	3	4	5

6	Se nota que el banco cuenta con recursos humanos que desarrollan buenas prácticas de mejora continua.	1	2	3	4	5
	Conocimiento de mercado y adaptabilidad					
7	Se nota que el banco cuenta con suficiente conocimiento de mercado para enfrentar la competencia.	1	2	3	4	5
8	Se nota que el banco se adapta a las nuevas tendencias económicas mundiales.	1	2	3	4	5
	FACTORES SISTÉMICOS					
	Infraestructura tecnológica e institucional					
9	Se nota que el banco cuenta con equipos de cómputo de última generación para el logro de sus objetivos.	1	2	3	4	5
10	Se nota que el banco cuenta con equipos de seguridad tecnológica.	1	2	3	4	5
11	Se nota que el banco cuenta con programas informáticos de las áreas operativas.	1	2	3	4	5
	FACTORES DE DESARROLLO MICROECONÓMICO					
	Capacitación y gestión tecnológica del banco					
12	Se nota que el banco promueve trabajos multidisciplinarios que brinden soluciones tecnológicas.	1	2	3	4	5
13	Se nota que el banco coordina con las universidades para el desarrollo tecnológico de sus áreas operativas.	1	2	3	4	5
14	Se nota que el banco controla permanentemente su desarrollo tecnológico.	1	2	3	4	5
	Nuevos esquemas organizacionales					
15	Se nota que el banco desarrolla nuevas formas de trabajo para el logro de los objetivos en el área de producción.	1	2	3	4	5
16	Se nota que el banco desarrolla nuevas formas de trabajo para el logro de los objetivos en el área de marketing.	1	2	3	4	5
	Estrategias de ventas de servicios					
17	Se nota que el banco desarrolla estrategias para incrementar las ventas	1	2	3	4	5
18	Se nota que el banco desarrolla estrategias de marketing para incrementar las ventas	1	2	3	4	5

19	Se nota que el banco desarrolla estrategias promocionales para incrementar las ventas	1	2	3	4	5
20	Se nota que el banco usa herramientas novedosas, como estrategia, para incrementar las ventas	1	2	3	4	5
	Recursos humanos					
21	En el banco posee personal con protección laboral (seguros)	1	2	3	4	5
22	En el banco fomentan actividades de integración para fortalecer la cultura organizacional	1	2	3	4	5
23	En el banco se fomentan actividades de integración para fortalecer la identidad institucional	1	2	3	4	5

ANEXO 4
VALIDEZ DE CONTENIDO POR EXPERTOS

4.1. Validez de Contenido de la Variable: Responsabilidad Social Bancaria

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo la validez del instrumento para la variable Responsabilidad Social Bancaria, se puede apreciar en la tabla adjunta

Tabla 01: Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable Responsabilidad Social Bancaria

INDICADORES	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO
		1	2	3
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.	5	4	5
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	4	4	5
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	4	5	4
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.	4	4	4
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.	4	4	5
6.PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.	5	4	4
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científico.	4	4	4
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	4	4	5
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	4	4	4
10.APLICACION	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente	4	4	5

Fuente: encuesta los tres jueces

Tabla 02: Calificación del instrumento para la variable Responsabilidad Social Bancaria

NUEVA ESCALA	INTERVALO	SIGNIFICADO
0.000 - 2.358	A	Adecuación total
2.359 - 4.717	B	Adecuación en gran medida
4.718 - 7.076	C	Adecuación promedio
7.077 - 9.435	D	Adecuación escasa
9.436 - 11.794	E	Inadecuación

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según las tablas 01 y 02 , los procesos que figuran en el anexo, la Distancia de Puntos Múltiples (DPP) es 1.66 y cae dentro del Intervalo A, de Adecuación Total. Por tanto, el instrumento Responsabilidad Social Bancaria supera la prueba de validez.

	Exp1	Exp2	Exp3	PROMEDIO POR ITEM	MAYOR VALOR	DIFERENCIA MAYOR VALOR - PROMEDIO	DISTANCIA DE PUNTOS MÚLTIPLES (DPP)	DIFERENCIA DEL MAYOR VALOR - 1	CALCULO DMAX
Item	1	2	3	a	Xmax	b	c=b2	d	e=d2
1	5	4	5	4.67	5	0.33	0.11	4	16.00
2	4	4	5	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
3	4	5	4	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
4	4	4	4	4.00	4	0.00	0.00	3	9.00
5	4	4	5	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
6	5	4	4	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
7	4	4	4	4.00	4	0.00	0.00	3	9.00
8	4	4	5	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
9	4	4	4	4.00	4	0.00	0.00	3	9.00
10	4	4	5	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
					SUMA		2.78		139.00
					RAIZ CUADRADA		1.66		11.79

TAMAÑO DEL INTERVALO	$A = \frac{D_{max}}{N^{\circ} \text{ Intervalos}}$
	$A = \frac{11.79 - 2.358}{5}$

4.2 Validez de Contenido de la Variable Competitividad

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo la validez del instrumento para la variable competitividad, se puede apreciar en la tabla adjunta:

Tabla 03: Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable Competitividad

INDICADORES	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO
		1	2	3
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.	4	4	4
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	4	5	4
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	4	4	5
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.	4	5	4
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.	4	4	4
6.PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.	4	4	4
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científico.	4	4	5
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	4	4	4
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	4	4	3
10.APLICACION	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente	4	4	4

Fuente: encuesta los tres jueces

Tabla 04: Calificación del instrumento para la variable Competitividad

NUEVA		
ESCALA	INTERVALO	SIGNIFICADO
0.000 - 2.172	A	Adecuación total
2.173 - 4.345	B	Adecuación en gran medida
4.346 - 6.518	C	Adecuación promedio
6.519 - 8.691	D	Adecuación escasa
8.692 - 10.864	E	Inadecuación

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Según las tablas 03 y 04, los procesos que figuran en el anexo 05, la Distancia de Puntos Múltiples (DPP) es 1.37 y cae dentro del Intervalo A, de una Adecuación Total. Por tanto, el instrumento competitividad, supera la prueba de validez.

	Exp1	Exp2	Exp3	PROMEDIO POR ITEM	MAYOR VALOR	DIFERENCIA MAYOR VALOR - PROMEDIO	DISTANCIA DE PUNTOS MÚLTIPLES (DPP)	DIFERENCIA DEL MAYOR VALOR - 1	CALCULO DMAX
Item	1	2	3	a	Xmax	b	c=b2	d	e=d2
1	4	4	4	4.00	4	0.00	0.00	3	9.00
2	4	5	4	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
3	4	4	5	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
4	4	5	4	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
5	4	4	4	4.00	4	0.00	0.00	3	9.00
6	4	4	4	4.00	4	0.00	0.00	3	9.00
7	4	4	5	4.33	5	0.67	0.44	4	16.00
8	4	4	4	4.00	4	0.00	0.00	3	9.00
9	4	4	3	3.67	4	0.33	0.11	3	9.00
10	4	4	4	4.00	4	0.00	0.00	3	9.00
					SUMA		1.89		118.00
					RAIZ CUADRADA		1.37		10.86

TAMAÑO DEL INTERVALO

$$A = \frac{D_{max}}{N^{\circ} \text{ Intervalos}}$$

$$A = \frac{10.86}{5} = 2.172$$

ANEXOS VALIDACIONES DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN
EL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del jur: Limache Aracutipa, Gladys P.
 1.2 Cargo o institución donde labora: UN 3 B.G.
 1.3 Nombre del instrumento evaluado: Responsabilidad Social
 1.4 Autor del instrumento: Nataly Bracamonte Carpio

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	1. Deficiente 01 - 20%	2. Regular 21 - 40%	3. Buena 41 - 60%	4. Muy buena 61 - 80%	5. Excelente 81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
5. SUFICIENCIA	Coverge los aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7. CONSISTENCIA	Permite conseguir datos basados en teorías o modelos lógicos				X	
8. ANÁLISIS	Descompone adecuadamente las variables/ indicadores/ medidas				X	
9. ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación				X	
10. APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y fecha

Teléfono N°


 Firma del experto informante

DNI: 60493208



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
 ESCUELA DE POSTGRADO
 MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN
 EL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del juez Neysa Urquiza, Roberto Bernasich
 1.2 Cargo o institución donde labora Nov. Nac. Jorge Sandro 6
 1.3 Nombre del instrumento evaluado Responsabilidad Social
 1.4 Autor del instrumento Nataly Bracamonte Corpio

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	1. Deficiente 01 - 20%	2. Regular 21 - 40%	3. Buena 41 - 60%	4. Muy buena 61 - 80%	5. Excelente 81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados				X	
7. CONSISTENCIA	Permitirá conseguir datos basados en teorías o modelos lógicos				X	
8. ANÁLISIS	Descompone adecuadamente las variables/ indicadores/ medidas				X	
9. ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación				X	
10. APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse				X	

III. OPINION DE APLICABILIDAD

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y fecha.....

Teléfono N°.....

Firma del experto informante

D.N.I. 00479212.



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN
EL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del juez Casas Meza Luz María
 1.2 Cargo o institución donde labora UNISB
 1.3 Nombre del instrumento evaluado Responsabilidad Social Bancaria
 1.4 Autor del instrumento Nataly Roca Monte Carpio

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	1. Deficiente 01 - 20%	2. Regular 21 - 40%	3. Buena 41 - 60%	4. Muy buena 61 - 80%	5. Excelente 81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					X
6. PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados				X	
7. CONSISTENCIA	Pratende conseguir datos basados en teorías o modelos científicos				X	
8. ANALISIS	Descompone adecuadamente las variables/ indicadores/ medidas					X
9. ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación				X	
10. APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse					X

III. OPINION DE APLICABILIDAD

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y fecha.....

Teléfono N°.....

Firma del experto informante

D.N.I. 00490890



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
 ESCUELA DE POSTGRADO
 MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN
 EL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del juez Limache Aracutipa, Gladys P.
 1.2 Cargo o institución donde labora UNJBE
 1.3 Nombre del instrumento evaluado Competitividad
 1.4 Autor del instrumento Nataly Bracamonte Caspio

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	1. Deficiente 01 - 20%	2. Regular 21 - 40%	3. Buena 41 - 60%	4. Muy buena 61 - 80%	5. Excelente 81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados				X	
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos				X	
8. ANÁLISIS	Descorrelaciona adecuadamente las variables/ indicadores/ medidas				X	
9. ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación				X	
10. APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y fecha.....

Teléfono N°.....

Firma del experto informante

D.N.I. 00493208



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN
EL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del juez Nancy Urquiza, Roberto Becerra
 1.2 Cargo o institución donde labora Uguz Jorge Basadre G.
 1.3 Nombre del instrumento evaluado Competitividad
 1.4 Autor del instrumento Nataly Becerra de Corpse

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	1. Deficiente 01 - 20%	2. Regular 21 - 40%	3. Buena 41 - 60%	4. Muy buena 61 - 80%	5. Excelente 81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados				X	
7. CONSISTENCIA	Permite conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos				X	
8. ANÁLISIS	Descompone adecuadamente las variables/ indicadores/ medidas				X	
9. ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación				X	
10. APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y fecha.....

Teléfono N°:.....

Firma del experto informante

D.N.I. 00479212



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN
EL BANCO CONTINENTAL, SEDE TACNA, AÑO 2019

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del juez Casas Mejía, Luz María
 1.2 Cargo o institución donde labora UNJBE
 1.3 Nombre del instrumento evaluado Responsabilidad Social Bancaria
 1.4 Autor del instrumento Nataly Bacamonte Carpio

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	1. Deficiente 01 - 20%	2. Regular 21 - 40%	3. Buena 41 - 60%	4. Muy buena 61 - 80%	5. Excelente 81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
5. SUFFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente				X	
6. PERTINENCIA	Permitirá conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados				X	
7. CONSISTENCIA	Permite conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					X
8. ANÁLISIS	Descompone apropiadamente las variables/ indicadores/ medidas				X	
9. ESTRATEGIA	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación			X		
10. APLICACIÓN	Existencia de condiciones para aplicarse				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y fecha.....

Teléfono N°.....

Firma del experto informante

D.N.I. 00490890

ANEXO 7 ESCALAS

1.1. Escala de valoración

1.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	34 – 78
Regular	79 – 125
Alto	126 - 170

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la responsabilidad social, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la responsabilidad social bancaria se encuentra en un nivel alto (126 – 170). Asimismo, a un menor puntaje, la responsabilidad social bancaria se encuentra en un nivel bajo (34 – 78), los puntajes intermedios expresan una responsabilidad social bancaria en un nivel regular (79 – 125).

- **DIMENSIÓN: DIMENSIÓN ÉTICA**

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	12 – 27
Regular	28 – 44
Alto	45 - 60

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la dimensión ética, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la dimensión ética se encuentra en un nivel alto (45 – 60). Asimismo, a un menor puntaje, la dimensión ética se encuentra en un nivel bajo (12 – 27), los puntajes intermedios expresan una dimensión ética en un nivel regular (28 – 44).

INDICADOR: COMPROMISOS ÉTICOS

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	4 – 8
Regular	9 – 15
Alto	16 - 20

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para los compromisos éticos, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje los compromisos éticos se encuentran en un nivel alto (16 – 20). Asimismo, a un menor puntaje, los compromisos éticos se encuentran en un nivel bajo (4 – 8), los puntajes intermedios expresan compromisos éticos en un nivel regular (9 – 15).

INDICADOR: RELACIONES TRANSPARENTES CON PARTES INTERESADAS

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	5 – 11
Regular	12– 18
Alto	19 - 25

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para las relaciones transparentes con partes interesadas, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje de las relaciones transparentes con partes interesadas se encuentran en un nivel alto (19 – 25). Asimismo, a un menor puntaje, las relaciones transparentes con partes interesadas se encuentran en un nivel bajo (5 – 11), los puntajes intermedios expresan relaciones transparentes con partes interesadas en un nivel regular (12 – 18).

INDICADOR: DIVULGACIÓN DE VALORES

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	3 – 6
Regular	7 – 11
Alto	12 - 15

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la divulgación de valores, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la divulgación de valores se encuentra en un nivel alto (12 – 15). Asimismo, a un menor puntaje, la divulgación de valores se encuentra en un nivel bajo (3 – 6), los puntajes intermedios expresan una divulgación de valores en un nivel regular (7 – 11).

DIMENSIÓN: DIMENSIÓN GRUPOS DE INTERÉS

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	8 – 18
Regular	19 – 29
Alto	30 - 40

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la dimensión grupos de interés, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje de la dimensión grupos de interés se encuentra en un nivel alto (30 – 40). Asimismo, a un menor puntaje, la dimensión grupos de interés se encuentra en un nivel bajo (8 – 18), los puntajes intermedios expresan una dimensión grupos de interés en un nivel regular (19 – 29).

INDICADOR: RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LOS COLABORADORES

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	4 – 8
Regular	9 – 15
Alto	16 - 20

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la responsabilidad social con los colaboradores, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la responsabilidad social con los colaboradores se encuentra en un nivel alto (16 – 20). Asimismo, a un menor puntaje, la responsabilidad social con los colaboradores se encuentra en un nivel bajo (4 – 8), los puntajes intermedios expresan una responsabilidad social con los colaboradores que se encuentra en un nivel regular (9 – 15).

INDICADOR: RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LOS CLIENTES

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	2 – 4
Regular	5 – 7
Alto	8 - 10

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la responsabilidad social con los clientes, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la responsabilidad social con los clientes se encuentra en un nivel alto (8 – 10). Asimismo, a un menor puntaje, la responsabilidad social con los clientes se encuentra en un nivel bajo (34 – 78), los puntajes intermedios expresan una responsabilidad social con los clientes en un nivel regular (5 – 7).

INDICADOR: RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LOS ÓRGANOS REGULADORES Y GOBIERNO

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	2 – 4
Regular	5 – 7
Alto	8 - 10

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno se encuentra en un nivel alto (8 – 10). Asimismo, a un menor puntaje, la responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno se encuentra en un nivel bajo (2 – 4), los puntajes intermedios expresan una responsabilidad social con los órganos reguladores y gobierno en un nivel regular (5 – 7).

DIMENSIÓN: DIMENSIÓN AMBIENTAL

Niveles	Puntajes
Bajo	7 – 15
Regular	16 – 26
Alto	27 - 35

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la dimensión ambiental, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la dimensión ambiental se encuentra en un nivel alto (27 – 35). Asimismo, a un menor puntaje, la dimensión ambiental se encuentra en un nivel bajo (7 – 15), los puntajes intermedios expresan una dimensión ambiental en un nivel regular (16 – 26).

INDICADOR: COMPROMISO CON LA MEJORA DE LA CALIDAD AMBIENTAL

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	3 – 6
Regular	7 – 11
Alto	12 - 15

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para el compromiso con la mejora de la calidad ambiental, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje el compromiso con la mejora de la calidad ambiental se encuentra en un nivel alto (12 – 15). Asimismo, a un menor puntaje, el compromiso con la mejora de la calidad ambiental se encuentra en un nivel bajo (3 – 6), los puntajes intermedios expresan un compromiso con la mejora de la calidad ambiental que se encuentra en un nivel regular (7 – 11).

INDICADOR: MEJORA DE PROCESOS DE GESTION AMBIENTAL

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	3 – 6
Regular	7 – 11
Alto	12 - 15

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la mejora de procesos de gestión ambiental, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la mejora de procesos de gestión ambiental se encuentra en un nivel alto (12 – 15). Asimismo, a un menor puntaje, la mejora de procesos de gestión ambiental se encuentra en un nivel bajo (3 – 6), los puntajes intermedios expresan una mejora de procesos de gestión ambiental que se encuentra en un nivel regular (7 – 11).

INDICADOR: CONTRIBUCIÓN A LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	1 – 2
Regular	3 – 4
Alto	5 - 6

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la contribución a la conservación del medio ambiente, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la contribución a la conservación del medio ambiente se encuentra en un nivel alto (5 – 6). Asimismo, a un menor puntaje, la contribución a la conservación del medio ambiente se encuentra en un nivel bajo (1 – 2), los puntajes intermedios expresan que la contribución a la conservación del medio ambiente se encuentra en un nivel regular (3 – 4).

DIMENSION: DIMENSIÓN SOCIAL

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	7 – 15
Regular	16 – 26
Alto	27 - 35

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la dimensión social, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la dimensión social se encuentra en un nivel alto (27 – 35). Asimismo, a un menor puntaje, la dimensión social se encuentra en un nivel bajo (7 – 15), los puntajes intermedios expresan una dimensión social que se encuentra en un nivel regular (16 – 26).

INDICADOR: ORGANIZACIÓN ACCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	2 – 4
Regular	5 – 7
Alto	8 - 10

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la organización acción social de la empresa, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la organización acción social de la empresa se encuentra en un nivel alto (8 – 10). Asimismo, a un menor puntaje, la organización acción social de la empresa se encuentra en un nivel bajo (2 – 4), los puntajes intermedios expresan que la organización acción social de la empresa se encuentra en un nivel regular (5 – 7).

INDICADOR: PARTICIPACIÓN EN LAS ACTIVIDADES SOCIALES

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	2 – 4
Regular	5 – 7
Alto	8 - 10

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la participación en las actividades sociales, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la participación en las actividades sociales se encuentra en un nivel alto (8 – 10). Asimismo, a un menor puntaje, la participación en las actividades sociales se encuentra en un nivel bajo (2 – 4), los puntajes intermedios expresan una participación en las actividades sociales que se encuentra en un nivel regular (5 – 7).

INDICADOR: INFORME DE ACCIONES SOCIALES

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	1 – 2
Regular	3 – 4
Alto	5 - 6

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para el informe de acciones sociales, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje el informe de acciones sociales se encuentra en un nivel alto (5 – 6). Asimismo, a un menor puntaje, el informe de acciones sociales se encuentra en un nivel bajo (1 – 2), los puntajes intermedios expresan un informe de acciones sociales que se encuentra en un nivel regular (3 – 4).

INDICADOR: BALANCE SOCIAL

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	2 – 4
Regular	5 – 7
Alto	8 - 10

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para el balance social, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje el balance social se encuentra en un nivel alto (8 – 10). Asimismo, a un menor puntaje, el balance social se encuentra en un nivel bajo (2 – 4), los puntajes intermedios expresan un balance social que se encuentra en un nivel regular (5 – 7).

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	23 – 53
Regular	54 – 84
Alto	85 - 115

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la competitividad, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la competitividad se encuentra en un nivel alto (85 – 115). Asimismo, a un menor puntaje, la competitividad se encuentra en un nivel bajo (23 – 53), los puntajes intermedios expresan una competitividad en un nivel regular (54 – 84).

DIMENSIÓN: FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	8 – 18
Regular	19 – 29
Alto	30 - 40

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para los factores internos de la empresa, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje los factores internos de la empresa se encuentran en un nivel alto (30 – 40). Asimismo, a un menor puntaje, los factores internos de la empresa se encuentran en un nivel bajo (8 – 18), los puntajes intermedios expresan que los factores internos de la empresa se encuentran en un nivel regular (19 – 29).

INDICADOR: CAPACIDAD TECNOLÓGICA

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	2 – 4
Regular	5 – 7
Alto	8 - 10

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la capacidad tecnológica, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la capacidad tecnológica se encuentra en un nivel alto (8 – 10). Asimismo, a un menor puntaje, la capacidad tecnológica se encuentra en un nivel bajo (2 – 4), los puntajes intermedios expresan una capacidad tecnológica en un nivel regular (5 – 7).

INDICADOR: CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS

Escala de valoración

Niveles	Puntajes
Bajo	4 – 8
Regular	9 – 15
Alto	16 - 20

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la calidad de los recursos humanos, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la calidad de los recursos humanos se encuentra en un nivel alto (16 – 20). Asimismo, a un menor puntaje, la calidad de los recursos humanos se encuentra en un nivel bajo (4 – 8), los puntajes intermedios expresan una calidad de los recursos humanos en un nivel regular (9 – 15).

INDICADOR: CONOCIMIENTO DE MERCADO Y ADAPTABILIDAD

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	2 – 4
Regular	5 – 7
Alto	8 - 10

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para el conocimiento de mercado y adaptabilidad, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje el conocimiento de mercado y adaptabilidad se encuentra en un nivel alto (8 – 10). Asimismo, a un menor puntaje, el conocimiento de mercado y adaptabilidad se encuentra en un nivel bajo (2 – 4), los puntajes intermedios expresan un conocimiento de mercado y adaptabilidad en un nivel regular (5 – 7).

DIMENSIÓN: FACTORES SISTÉMICOS

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	3 – 6
Regular	7 – 11
Alto	12 - 15

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para los factores sistémicos, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje los factores sistémicos se encuentran en un nivel alto (12 – 15). Asimismo, a un menor puntaje, los factores sistémicos se encuentran en un nivel bajo (3 – 6), los puntajes intermedios expresan unos factores sistémicos en un nivel regular (7 – 11).

INDICADOR: INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA E INSTITUCIONAL

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	3 – 6
Regular	7 – 11
Alto	12 - 15

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la infraestructura tecnológica e institucional, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la infraestructura tecnológica e institucional se encuentra en un nivel alto (12 – 15). Asimismo, a un menor puntaje, la infraestructura tecnológica e institucional se encuentra en un nivel bajo (3 – 6), los puntajes intermedios expresan una infraestructura tecnológica e institucional en un nivel regular (7 – 11).

DIMENSIÓN: FACTORES DE DESARROLLO MICROECONÓMICO

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	12 – 27
Regular	28 – 44
Alto	45 - 60

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para los factores de desarrollo microeconómico, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje los factores de desarrollo microeconómico se encuentra en un nivel alto (45-60). Asimismo, a un menor puntaje, los factores de desarrollo microeconómico se encuentra en un nivel bajo (12–27), los puntajes intermedios expresan unos factores de desarrollo microeconómico en un nivel regular (28–44).

INDICADOR: CAPACITACIÓN Y GESTIÓN TECNOLÓGICA DEL BANCO

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	3 – 6
Regular	7 – 11
Alto	12 - 15

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para la capacitación y gestión tecnológica del banco, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje la capacitación y gestión tecnológica del banco se encuentra en un nivel alto (12 – 15). Asimismo, a un menor puntaje, la capacitación y gestión tecnológica del banco se encuentra en un nivel bajo (3 – 6), los puntajes intermedios expresan una capacitación y gestión tecnológica del banco en un nivel regular (7 – 11).

INDICADOR: NUEVOS ESQUEMAS ORGANIZACIONALES

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	2 – 4
Regular	5 – 7
Alto	8 - 10

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para los nuevos esquemas organizacionales, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje en los nuevos esquemas organizacionales se encuentran en un nivel alto (8 – 10). Asimismo, a un menor puntaje de los nuevos esquemas organizacionales se encuentran en un nivel bajo (2 – 4), los puntajes intermedios expresan que los nuevos esquemas organizacionales se encuentran en un nivel regular (5 – 7).

INDICADOR: ESTRATEGIAS DE VENTAS DE SERVICIOS

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	4 – 8
Regular	9 – 15
Alto	16 - 20

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para las estrategias de ventas de servicios, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje en las estrategias de ventas de servicios se encuentran en un nivel alto (16 – 20). Asimismo, a un menor puntaje, las estrategias de ventas de servicios se encuentran en un nivel bajo (4 – 8), los puntajes intermedios expresan estrategias de ventas de servicios en un nivel regular (9 – 15).

INDICADOR: RECURSOS HUMANOS

Escala de valoración	
Niveles	Puntajes
Bajo	3 – 6
Regular	7 – 11
Alto	12 - 15

Nota: Elaboración propia

Se puede observar que el continuo de respuesta consta de tres niveles para los recursos humanos, la regla de medición para interpretar la escala es la siguiente: A mayor puntaje en recursos humanos se encuentra en un nivel alto (12 – 15). Asimismo, un menor puntaje, en recursos humanos se encuentra en un nivel bajo (3 – 6), los puntajes intermedios expresan recursos humanos en un nivel regular (7 – 11).

Córdova, I. (2014). El Informe de Investigación Cuantitativa con Minitab, SPSS y Excel.