

# 28

Fecha de presentación: enero, 2024

Fecha de aceptación: mayo, 2024

Fecha de publicación: julio, 2024

## FORTALECIENDO

IMAGEN CORPORATIVA A TRAVÉS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: CASO CENTRO MÉDICO INSPIRAMED, QUITO

### **STRENGTHENING CORPORATE IMAGE THROUGH SOCIAL RESPONSIBILITY: CASE OF INSPIRAMED MEDICAL CENTER, QUITO**

Mishel Estefania Aillón Bolaños <sup>1\*</sup>

E-mail: [mishel.aillon.29@est.ucacue.edu.ec](mailto:mishel.aillon.29@est.ucacue.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4471-6070>

Katina Vanessa Bermeo Pazmiño <sup>1</sup>

E-mail: [kbermeo@ucacue.edu.ec](mailto:kbermeo@ucacue.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4438-7855>

Edwin Joselito Vásquez Erazo <sup>1</sup>

E-mail: [evasqueze@ucacue.edu.ec](mailto:evasqueze@ucacue.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9817-6773>

\*Autor para correspondencia

<sup>1</sup> Universidad Católica de Cuenca.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Aillón Bolaños, M., E., Bermeo Pazmiño, K. V. & Vásquez Erazo, E. J. (2024). Fortaleciendo imagen corporativa a través de la Responsabilidad Social: Caso Centro Médico INSPIRAMED, Quito. *Universidad y Sociedad*, 16(4), 271-280.

#### RESUMEN

En Ecuador se ha impulsado iniciativas para promover prácticas empresariales responsables en centros médicos privados, contribuyendo bienestar social y ambiental, el objetivo es mejorar la imagen corporativa del centro médico Inspiramed mediante el desarrollo de su responsabilidad social. Se empleó una metodología mixta para comprender el fenómeno estudiado, un enfoque inductivo-deductivo y analítico-sintético, métodos históricos y de investigación aplicada, diseño utilizado, no experimental y de campo, con técnicas como observación participante y entrevistas en profundidad. Los resultados muestran correlación entre la percepción de responsabilidad social y la importancia de prácticas éticas. Además, la comunicación se percibe clara y efectiva, aunque se identifica la necesidad de mejorarla. Sin embargo, hay un alto respaldo a las iniciativas de salud y bienestar comunitario, así como una demanda de mayor transparencia en las prácticas. Se concluye promover prácticas éticas, mejorar la comunicación y difusión de iniciativas para fortalecer la percepción pública y la reputación.

**Palabras clave:** Bienestar social, Ética, Comunidad, Publicidad, Valores sociales.

#### ABSTRACT

In Ecuador, initiatives have been promoted to promote responsible business practices in private medical centers, contributing to social and environmental wellbeing, the objective is to improve the corporate image of the Inspiramed medical center by developing its social responsibility. A mixed methodology was used to understand the phenomenon studied, an inductive-deductive and analytical-synthetic approach, historical and applied research methods, non-experimental and field design, with techniques such as participant observation and in-depth interviews. The results show correlation between the perception of social responsibility and the importance of ethical practices. In addition, communication is perceived as clear and effective, although the need for improvement is identified. However, there is high support for community health and wellness initiatives, as well as a demand for greater transparency in practices. The conclusion is to promote ethical practices, improve communication and dissemination of initiatives to strengthen public perception and reputation.

**Keywords:** Social welfare, Ethics, Community, Advertising, Social values.

## INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el contexto ecuatoriano, la responsabilidad social empresarial en el sector de la salud ha adquirido relevancia en años recientes. El gobierno ha impulsado iniciativas para promover prácticas empresariales socialmente responsables, incluyendo regulaciones y políticas que incentivan a los centros médicos privados a contribuir al bienestar social y ambiental del país. En la provincia de Pichincha, que alberga una parte importante de centros médicos, permite identificar tendencias y patrones específicos en cuanto a la responsabilidad social empresarial en el sector de la salud. Es crucial entender cómo estas instituciones se relacionan con la comunidad, gestionan sus recursos y contribuyen al desarrollo sostenible de la región.

Así mismo, en Quito, la capital ecuatoriana y centro de numerosas instituciones médicas privadas, se pueden analizar con más detalle las prácticas de responsabilidad social, esto incluye acciones específicas para mejorar la salud comunitaria, promover la sostenibilidad ambiental y garantizar un impacto positivo en las partes interesadas (Grijalva & Fernández, 2020).

A lo largo del tiempo, la evolución de los antecedentes de responsabilidad social en centros médicos privados ha reflejado un mayor reconocimiento en la ética, sostenibilidad y el compromiso con la comunidad en el ámbito de salud. Este desarrollo se evidencia en varios aspectos como es la ética, la cual ha sido fundamental en la práctica médica, estableciendo principios como la beneficencia, la autonomía y la justicia.

Considerándose que, estos principios éticos han servido como cimientos para la responsabilidad social en centros médicos privados, fomentando la prestación de una atención de calidad, respeto a los derechos de los usuarios y la transparencia en la prestación de servicios de salud, se han desarrollado normativas tanto a nivel nacional como internacional que promueven la responsabilidad social en el sector de la salud las cuales abordan aspectos como la seguridad del usuario, la gestión de residuos médicos, la equidad en el acceso a la atención médica y la promoción de prácticas sostenibles en los centros médicos privados (Grijalva & Fernández, 2020).

Por otra parte, el Ministerio de Salud Pública (MSP) es el encargado de planificar, organizar y vigilar la gestión de la Salud Pública en Ecuador de establecimientos de salud públicos y privados, garantizando el acceso equitativo a servicios de calidad y promoviendo el bienestar de la sociedad (Palacios & Erazo, 2021). En el año del 2020 se registró que existen 4136 establecimientos de salud a nivel de Ecuador, de los cuales 3301 son establecimientos

que pertenecen al sector público, 621 establecimientos privados con fines de lucro, 214 establecimientos privados sin fines de lucro y un total de 4587 de médicos a nivel ecuatoriano, en estas instituciones se pudo evidenciar que existen desafíos pendientes en cuanto se refiere al impacto ambiental y la responsabilidad social.

Con respecto, a las instituciones, tanto estatales como privadas en Ecuador, se enfrentan a los desafíos de la globalización neoliberal, que enfatiza la competitividad y a menudo resulta en prácticas irresponsables hacia la salud pública y el medio ambiente en las comunidades donde operan. En respuesta a esta situación, surge la responsabilidad social, un concepto relativamente nuevo en la economía ecuatoriana, permitiendo a las empresas a mantener conductas éticas y legales, especialmente en relación con la salud pública y el medio ambiente, como lo establece la constitución del país (Vásquez et al., 2018).

Enfocándonos en la experiencia de centros médicos privados, donde han aplicado responsabilidad social se evidencia la continuidad y sostenibilidad de empresas a largo plazo, al enfocarse en aspectos económicos, ambientales y sociales mejorando la imagen corporativa, popularidad y los procesos internos de la organización (Calle et al., 2022).

Con estos antecedentes, el problema central de la presente investigación se plantea, el problema de la presente investigación es ¿Cómo mejorar la imagen corporativa del centro médico Inspiramed? Y para ello se plantea como objetivo elaborar la responsabilidad social en el centro médico Inspiramed en la ciudad de Quito para que mejore su imagen corporativa.

Siendo así, la imagen corporativa se refiere a la percepción o impresión general que el público tiene de una empresa. Abarca la reputación de la empresa, su identidad y la forma en que la perciben las distintas partes interesadas, incluidos los clientes, los empleados, los inversores y el público en general. Una imagen corporativa positiva puede aumentar la credibilidad, la fiabilidad y el atractivo de una empresa, mientras que una imagen negativa puede provocar desconfianza, falta de compromiso y un descontento de los resultados empresariales (Zanfrillo, 2021).

En efecto, la imagen corporativa es una representación visual y emocional de una empresa ante sus públicos. Proporciona diferenciación y valor, generando confianza y facilitando decisiones de compra. Además, ofrece ventaja competitiva y fideliza clientes al crear una conexión emocional, es una herramienta estratégica que influye en la percepción, reputación y posición en el mercado, siendo crucial para el éxito y sostenibilidad empresarial. Una imagen corporativa sólida se distingue por su cohesión,

diferenciación, consistencia, autenticidad y capacidad para comunicar valores y generar confianza. Debe ser fácilmente identificable y memorable, reflejando la personalidad y valores de la empresa (Ramos & Valle, 2020).

En cuanto, a los aspectos fundamentales para la percepción de una empresa, y se puede identificar la clasificación de la misma iniciando con la funcional la cual se centra en la eficiencia y el rendimiento en la entrega de productos o servicios, seguido de la simbólica que está relacionada con los valores, significados y emociones asociados a la marca, forjando su personalidad, finalmente la evaluativa que refleja la opinión subjetiva de los consumidores sobre la reputación, fiabilidad y calidad percibida de la empresa, la sólida implica en la implantación de una imagen corporativa en las empresas es esencial por múltiples motivos contribuye a definir la identidad de la empresa, incluyendo valores, cultura y personalidad, lo que facilita su diferenciación de la competencia y resalta sus atributos únicos.

De esta manera, transmitir una imagen profesional y coherente genera confianza y credibilidad entre clientes, proveedores, inversores y otros stakeholders, lo que influye en la percepción de la calidad de los productos o servicios ofrecidos. Además, sirve como herramienta clave para comunicar de manera consistente los valores, la misión y la visión de la empresa, fortaleciendo la conexión con el público objetivo y reforzando su mensaje. Una imagen corporativa positiva contribuye a la fidelización de clientes, generando lealtad y preferencia por parte de los usuarios. Asimismo, una imagen atractiva y bien posicionada puede ayudar a atraer y retener talento humano calificado, ya que los profesionales buscan identificarse con empresas que proyecten una imagen sólida y valores alineados. Finalmente, una imagen corporativa positiva fortalece la reputación de la empresa y aumenta el valor de su marca en el mercado, lo que se traduce en mayores oportunidades de negocio, crecimiento y sostenibilidad a largo plazo (Echeverría et al., 2017).

Con respecto, a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ejerce una influencia significativa en la imagen y reputación empresarial mediante diversas acciones implementadas en la gestión empresarial. Algunas formas en que la RSC puede impactar positivamente la imagen corporativa y la percepción general de una empresa incluyen a la transparencia y ética que implica operar de manera ética y transparente, generando confianza y credibilidad entre los stakeholders y mejorando la percepción general

de la empresa, compromiso con la comunidad que benefician a la comunidad, como programas de voluntariado y acciones en favor de la sostenibilidad ambiental, pueden fortalecer la imagen de la empresa como un miembro responsable de la sociedad, cuidado del medio ambiente con prácticas sostenibles y respetuosas con el entorno puede posicionar a la empresa como responsable y comprometida con la protección ambiental, mejorando su reputación y relaciones con los empleados donde se refleja en políticas internas, como el cuidado de los empleados, la diversidad y el desarrollo profesional, lo que puede mejorar la percepción de la empresa como un empleador comprometido (Calle et al., 2022).

Igualmente, sirve para examinar cómo la RSC incide en la imagen corporativa y la reputación de las empresas. Este tipo de investigación es fundamental por diversas razones como es mejorar de la reputación empresarial, evaluando la popularidad de una empresa al evidenciar su compromiso con prácticas éticas, sostenibles y socialmente responsables que valoran las prácticas éticas y sostenibles.

De igual manera, la generación de confianza entre los stakeholders, como clientes, empleados, inversores y la comunidad en general, diferenciación de una empresa de la competencia y ser un factor decisivo para los consumidores, mitigación de riesgo con la adopción de prácticas responsables puede ayudar a las empresas a reducir riesgos asociados con posibles impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente (Severino-González et al., 2020).

En consecuencia, la responsabilidad social corporativa (RSC) se define como la inclusión voluntaria, por parte de las empresas, de preocupaciones sociales y ambientales en sus actividades y relaciones con todas las partes interesadas. La implementación exitosa de la RSC puede tener un impacto positivo en la reputación empresarial, ya que demuestra un compromiso con la sociedad y el medio ambiente, lo que puede generar confianza y fidelidad entre consumidores, empleados y otros grupos de interés.

Estos estudios diversos han confirmado que las empresas que practican la RSC tienden a tener una mejor reputación, a ser más atractivas para los consumidores, a disfrutar de una mayor lealtad de los empleados y, en general, a obtener una ventaja competitiva sostenible en el mercado. Además, la RSC puede mejorar la percepción

de la calidad de los productos o servicios de la empresa, fortalecer las relaciones con la comunidad y mitigar posibles riesgos reputacionales (Bermeo & Erazo, 2021).

## MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio utilizó una metodología mixta que combinó aspectos cualitativos y cuantitativos para profundizar en la comprensión del fenómeno estudiado (Carvache et al., 2023). Esta metodología permitió la recolección simultánea o en secuencias diferentes de datos cualitativos y cuantitativos, así como el análisis a lo largo de todo el proceso de investigación. Además, puede incluir otros diseños específicos como experimentos, y los resultados se informan al final, aunque también pueden elaborarse informes parciales. Esta metodología es crucial para superar la dicotomía entre enfoques cuantitativos y cualitativos, permitiendo una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, facilitando la formulación del problema de investigación y respaldando las inferencias científicas (Morocho et al., 2023). Implica la integración de enfoques en todas las etapas de la investigación, con diferentes diseños mixtos disponibles

En cuanto, al método se utilizó un enfoque inductivo-deductivo para examinar datos particulares y deducir conclusiones generales, junto con el método analítico-sintético, que descompone problemas en componentes comprensibles y luego los ensambla de manera coherente. Además, se empleó el método histórico para estudiar eventos en orden cronológico y comprender su desarrollo a lo largo del tiempo (Hernández et al., 2014).

Igualmente, en el diseño de investigación se optó por desarrollar la metodología no experimental, el cual se distingue por la observación y recopilación de datos sin manipular variables independientes. Este tipo de diseño se caracteriza por su enfoque en la descripción, comprensión o correlación de fenómenos, utilizando métodos como observación, encuestas, estudios de caso o análisis documental. Algunos ejemplos de diseños no experimentales incluyen estudios descriptivos, correlacionales, de caso e investigación documental. Cada uno de estos diseños tiene sus propias características y metodologías específicas para abordar diversas preguntas de investigación (Hernández et al., 2014).

Además, se empleó la investigación aplicada que se caracteriza por su enfoque en la resolución de problemas prácticos, la colaboración con entidades externas, la relevancia de sus resultados y la transferencia de conocimiento a la práctica. Se aplica en diversas áreas como medicina, ingeniería, educación, psicología, tecnología y agricultura, donde se busca desarrollar soluciones innovadoras y responder a necesidades sociales específicas. Por otro lado, la investigación de campo implica la recolección directa de datos en el entorno natural de los fenómenos estudiados, involucrando observación directa e interacción con los participantes (Narváez & Erazo, 2022).

La modalidad que se utilizó fue de campo que implica la observación directa y la interacción con los participantes en su entorno natural, sin manipulación artificial. Los datos se recolectan in situ, lo que proporciona un contexto rico y relevante para el estudio, y este enfoque es flexible para adaptarse a situaciones cambiantes. Se utilizan técnicas como la observación participante y las entrevistas en profundidad (Gandía et al., 2017).

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La aplicación del muestreo intencional en el estudio de los servicios y experiencias de los usuarios del Centro Médico Inspiramed en la ciudad de Quito ha sido una decisión estratégica acertada. Al seleccionar específicamente a 85 usuarios para participar en el estudio, se ha garantizado la representatividad de aquellos que interactúan directamente con los servicios médicos ofrecidos por Inspiramed. Este enfoque intencional ha permitido profundizar en las percepciones, necesidades y satisfacción de los usuarios, proporcionando una visión detallada y significativa sobre la calidad de los servicios médicos prestados. Los datos obtenidos a partir de esta muestra intencional servirán como base fundamental para identificar áreas de mejora, fortalecer la relación médico-paciente y, en última instancia, elevar la reputación y la imagen del Centro Médico Inspiramed en la comunidad de Quito.

Una vez procesados los datos en el software Jeffrey's Amazing Statistics Program (JASP) desarrollado por la Universidad de Ámsterdam, se puede observar en la tabla 1 la correlación de las variables de la investigación.

Tabla 1: Correlación de las variables de investigación.

Imagen corporativa	Responsabilidad social				Total
	Muy importante	Importante	Neutral	Nada importante	
Sí, siempre.	47	8	2	0	57
En la mayoría de los casos.	17	5	2	0	24
En algunos casos.	2	0	0	1	3
No tengo preferencia.	1	0	0	0	1
Total	67	13	4	1	85

Nota. La tabla indica la correlación de las variables dependiente e independiente de la investigación.

Fuente: elaboración propia.

Los datos de la tabla señalan una clara relación entre la percepción de responsabilidad social del centro médico Inspiramed y la importancia atribuida a la implementación de prácticas éticas en sus operaciones. Es notable que la mayoría de los encuestados que consideran muy importante la responsabilidad social, del mismo modo creen que la implementación de prácticas éticas es de igual importancia. La relación entre la imagen proyectada del centro médico y la percepción de precisión en la publicidad y promoción de sus servicios médicos es menos evidente, con respuestas dispersas y sin una clara conexión entre la importancia atribuida y la percepción de precisión. Se observa que, aunque la percepción de responsabilidad social está estrechamente vinculada a la importancia de las prácticas éticas, la relación entre la percepción de calidad de los servicios y la publicidad es más compleja y requiere un análisis más detallado para comprender completamente su dinámica. Por lo tanto, estos hallazgos manifiestan la necesidad de mantener una imagen coherente y precisa en la promoción de servicios médicos para fortalecer la confianza del público, con un énfasis particular en la responsabilidad social y la ética empresarial.

En la tabla 2 se presenta las proporciones contrastadas de la variable comunicación transparente en el centro médico Inspiramed sobre los servicios.

Tabla 2: Proporciones contrastadas de la variable comunicación transparente.

Variable	Nivel	Recuentos	Total	Proporción	P
Comunicación transparente	Clara y efectiva	70	85	0.824	< .001
	Neutral	12	85	0.141	< .001
	Poco clara y efectiva	2	85	0.024	< .001
	Nada clara y efectiva	1	85	0.012	< .001

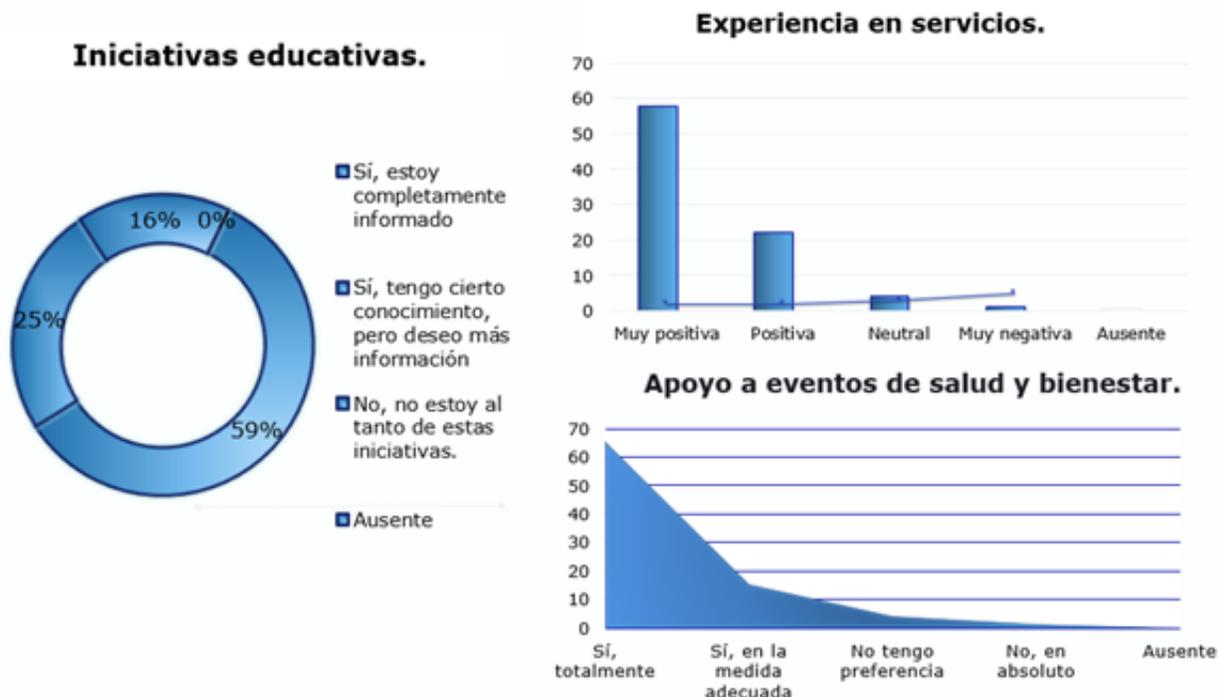
Nota. Proporciones contrastadas con relación al valor: 0.5.

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 2 se detallan los resultados de la evaluación de la comunicación en el centro médico Inspiramed en términos de claridad y efectividad en la transmisión de información sobre servicios, horarios y políticas. Se observa que la mayoría de los encuestados, 82.4% consideran que la comunicación es clara y efectiva, mientras que solo unos pocos la perciben como neutral 14.1%, poco clara y efectiva 2.4%, o nada clara y efectiva 1.2%.

Todos los contrastes muestran diferencias significativas, con valores de p inferiores a 0.001. Por lo tanto, los resultados sugieren que la mayoría de los usuarios del centro médico perciben una comunicación clara y efectiva, lo que indica un buen nivel de transparencia y eficacia en la entrega de información sobre los servicios, horarios y políticas de la institución. No obstante, la presencia de un porcentaje no despreciable de respuestas neutrales indica la necesidad de mejorar aún más la comunicación para satisfacer completamente las expectativas de todos los usuarios. A continuación, se muestra la figura 1, de las variables iniciativas educativas, experiencias del usuario en servicios, apoyo a iniciativas de salud y bienestar de la comunidad en general.

Fig 1: Resultados obtenidos de las variables iniciativas educativas, experiencia en servicios, apoyo a eventos de salud y bienestar.



Fuente: elaboración propia.

La figura indica los resultados obtenidos de las iniciativas educativas para promover la salud, experiencia del usuario en los servicios y el apoyo a iniciativas para mejorar la salud y bienestar de la comunidad en el centro médico Inspiramed.

Inicialmente, se observa que la mayoría de encuestados, representando el 59%, afirman estar completamente informados sobre las iniciativas educativas del centro médico Inspiramed para promover la salud y el bienestar en la comunidad local. Un 25% indica tener cierto conocimiento sobre estas iniciativas, pero expresa interés en obtener más información al respecto. Por otro lado, una minoría de encuestados, equivalente al 16%, admite no estar al tanto de estas iniciativas. Con los resultados obtenidos se puede concluir que, aunque una proporción significativa de la población encuestada está al tanto de las iniciativas educativas del centro médico Inspiramed, aún existe un porcentaje considerable que desconoce estas actividades. Esto sugiere la necesidad de mejorar la difusión y la comunicación de estas iniciativas para llegar a una audiencia más amplia y asegurarse de que la comunidad local esté plenamente informada sobre los recursos y programas disponibles para promover su salud y bienestar.

Así mismo, la mayoría de los usuarios evaluaron su experiencia en el centro médico Inspiramed de manera muy positiva, con un total de 58 respuestas, lo que representa el 68.23% de las respuestas válidas. Además, el 25.88% de los encuestados la calificaron como positiva, solo un pequeño porcentaje expresa una experiencia neutral, con un 4.71%, y solo un 1.18% la evalúa como muy negativa. Se puede llegar a la conclusión que la mayoría de los usuarios tienen una experiencia altamente satisfactoria en el centro médico Inspiramed en términos de atención, comodidad y calidad de servicio. La percepción mayoritariamente positiva sugiere que el centro médico se destaca en satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, ofreciendo un entorno acogedor, atención de calidad y servicios que cumplen con sus requisitos. La presencia de un pequeño porcentaje de respuestas neutrales y negativas indica que hay aspectos que podrían mejorar para algunos clientes, lo que propone que el centro médico Inspiramed podría beneficiarse de identificar y abordar áreas de mejora específicas para garantizar que la experiencia del usuario sea consistentemente excelente para todos.

Mientras que, la mayor parte de encuestados, representando el 76.47%, indica que apoyaría totalmente las iniciativas del centro médico Inspiramed destinadas a mejorar la salud y el bienestar de la comunidad en general. Además, un 17.65% expresa su disposición a apoyar estas iniciativas en la medida adecuada. Solo una minoría equivalente al 1.18%, no está dispuesta a apoyar estas iniciativas en absoluto. Por lo tanto, se puede concluir que hay un fuerte respaldo por parte de la comunidad hacia las iniciativas del centro médico Inspiramed destinadas a mejorar la salud y el bienestar en general. Este alto nivel de apoyo indica una oportunidad significativa para el centro médico de involucrar a la comunidad en sus esfuerzos por promover la salud pública y el bienestar.

A continuación, se muestra la frecuencia de la variable transparencia en el centro médico Inspiramed en la tabla 3.

Tabla 3: Frecuencia de la variable transparencia en prácticas sociales, ambientales y económicas.

Transparencia en prácticas generales.	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Sí, siempre	58	68.235	68.235	68.235
Sí, en la medida adecuada	22	25.882	25.882	94.118
No tengo preferencia	5	5.882	5.882	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	85	100.000		

**Nota.** Frecuencia de la variable transparencia en prácticas sociales, ambientales y económicas en el centro médico Inspiramed.

**Fuente:** elaboración propia.

Evidentemente, los resultados muestran una clara preferencia hacia la transparencia en las prácticas sociales, ambientales y económicas del centro médico Inspiramed, con un 68.24% de los encuestados expresando un deseo de recibir esta información siempre. Solo un pequeño porcentaje, el 5.88%, declara no tener preferencia. Esto sugiere que existe una demanda significativa por parte de los clientes y partes interesadas de Inspiramed para una mayor transparencia en sus operaciones. Esta alta predisposición hacia la transparencia podría indicar un valor creciente de la ética empresarial y la responsabilidad social en la percepción de la institución médica, lo que podría fortalecer la confianza y la lealtad del cliente a largo plazo.

De acuerdo, con los resultados de la investigación sobre la percepción de responsabilidad social en el centro médico Inspiramed en la ciudad de Quito, indican una serie de hallazgos importantes para ser comparados con los resultados de un centro público de salud en Chile elaborado por Severino-González et al. (2020), es relevante considerar las diferencias en el argumento y enfoque de la atención médica. Los centros de salud públicos suelen tener un mandato explícito de proporcionar atención médica accesible y equitativa a toda la población, mientras que los centros médicos privados, como Inspiramed, pueden tener un enfoque más centrado en la rentabilidad, imagen corporativa y satisfacción del cliente.

Con respecto a la responsabilidad social, los resultados podrían variar significativamente por ejemplo en el caso del centro médico Inspiramed, los directivos pueden tener una percepción más positiva sobre las prácticas de responsabilidad social en comparación con los empleados, lo que puede reflejar diferencias en la forma en que se implementan y comunican estas prácticas dentro de la organización. En un centro de salud público en Chile, donde el enfoque principal es la prestación de servicios de salud a toda la comunidad, es posible que exista una mayor alineación en las percepciones entre directivos y empleados en lo que respecta a la responsabilidad social.

En cuanto, con los hallazgos obtenidos de los hospitales de la Red Sanitaria de Responsabilidad Social de España (2022). Se pueden identificar varias similitudes y diferencias que arrojan luz sobre las prácticas y la percepción de la responsabilidad social en el sector de la salud en ambos casos se observa una preocupación por la responsabilidad social y un esfuerzo por integrarla en las prácticas y políticas institucionales. Tanto en Inspiramed como en los hospitales de la red, se designa a una persona responsable para gestionar las actividades específicas de responsabilidad

social. Sin embargo, mientras que en Inspiramed esta persona parece estar más enfocada en la comunicación y la transparencia, en los hospitales de la red se mencionan diversas áreas de responsabilidad adicionales, como calidad, gestión de personas y formación, lo que indica una diversificación de responsabilidades.

Igualmente, a la planificación y evaluación, se observa una mayor formalización en los hospitales de la red, con un alto porcentaje que posee un plan estratégico y que utiliza modelos de calidad reconocidos. Además, la mayoría de estos hospitales tienen en cuenta los objetivos de desarrollo sostenible y están adheridos al pacto mundial, lo que sugiere un enfoque más amplio hacia la sostenibilidad y la responsabilidad global. Mientras tanto, en actividades de responsabilidad social, hay similitudes en ambas instituciones, con un enfoque en la promoción del voluntariado, la salud, el medio ambiente y la cooperación. Sin embargo, los hospitales de la red parecen tener una gama más amplia de actividades, incluida la realización de acciones formativas y de compra responsable.

Por otra parte, las percepciones y obstáculos, tanto en Inspiramed como en los hospitales de la red, se reconoce el valor de la responsabilidad social para mejorar la calidad de los procesos y la atención al paciente. Sin embargo, los hospitales de la red destacan la falta de recursos y liderazgo como obstáculos importantes para la implementación efectiva de la responsabilidad social, lo que propone un desafío adicional en términos de gestión y asignación de recursos.

Se explica, los resultados de la percepción de responsabilidad social empresarial en el contexto de la salud en Chile elaborado por Severino-González et al. (2021), contrastados con los hallazgos sobre la responsabilidad social en el centro médico Inspiramed, en ambos estudios, se observa una alta valoración de la responsabilidad social, aunque se evalúa desde diferentes perspectivas y grupos de interés. Mientras que en el estudio chileno se centra en la percepción de los trabajadores de la salud, en el caso de Inspiramed se analiza desde la perspectiva de los usuarios del centro médico.

En cuanto a la comunicación y transparencia, ambos estudios destacan la importancia de una comunicación clara y efectiva en las prácticas sociales y empresariales. En Inspiramed, la mayoría de los encuestados perciben la comunicación como clara y efectiva, lo que sugiere un buen nivel de transparencia en la entrega de información sobre los servicios y políticas del centro médico. En el estudio chileno, aunque no se aborda directamente la comunicación, la alta consistencia interna en las dimensiones de RSE indica una percepción favorable hacia la

claridad y transparencia en las acciones empresariales relacionadas con la salud.

No obstante, en la percepción de las iniciativas educativas y el apoyo comunitario, ambos estudios muestran una valoración positiva. En Inspiramed, se observa una alta conciencia sobre las iniciativas educativas y un fuerte respaldo hacia las iniciativas para mejorar la salud y el bienestar de la comunidad en general. En el estudio chileno, la dimensión de comunidad obtiene una alta valoración, especialmente entre los médicos, lo que sugiere un reconocimiento y apoyo significativo hacia las acciones que impactan en la comunidad.

Sin embargo, también existen diferencias en los resultados. Por ejemplo, en el estudio chileno, se encontraron diferencias significativas en la percepción de RSE según la relación contractual del trabajador de la salud, particularmente en las dimensiones de comunidad, medioambiente e imaginario sobre responsabilidad social. Esto propone que la percepción de responsabilidad social puede variar según el rol y las responsabilidades laborales de los individuos dentro del sistema de salud. Este aspecto no se aborda directamente en el estudio de Inspiramed, que se centra más en la percepción general de los usuarios del centro médico.

Según el estudio los resultados de la investigación sobre la responsabilidad social en el centro médico Inspiramed de la ciudad de Quito proporcionan una visión detallada de cómo los usuarios perciben y evalúan diversas dimensiones de la institución. En comparación con el panorama actual de las empresas ecuatorianas elaborado por Suasnavas et al. (2019), en términos de responsabilidad social y gestión de la seguridad y salud en el trabajo, se pueden identificar similitudes y diferencias significativas.

En las dos investigaciones, se observa una preocupación por la satisfacción de los trabajadores y usuarios. En el caso del centro médico Inspiramed, la mayoría de los usuarios expresan una alta satisfacción con la atención recibida y la comunicación transparente. Por otro lado, en el estudio sobre empresas ecuatorianas, se destaca que la mayoría de los trabajadores declaran estar contentos o plenamente satisfechos con sus condiciones laborales actuales. Sin embargo, existe un pequeño porcentaje que muestra insatisfacción, principalmente debido a ingresos bajos, limitadas oportunidades de desarrollo y largas horas de trabajo.

En cuanto a la transparencia y responsabilidad social empresarial, tanto en Inspiramed como en las empresas ecuatorianas, se observan áreas de mejora. Aunque la mayoría de los usuarios del centro médico perciben una comunicación clara y efectiva, aún existe una proporción

considerable que desea más información sobre iniciativas educativas y programas de bienestar. Del mismo modo, en las empresas ecuatorianas, se señala una falta de beneficios y apoyos sociales por parte de los empleadores, como la ausencia de servicios de guardería infantil, seguro médico privado adicional y transporte para los trabajadores.

Sin duda, en seguridad y salud en el trabajo, ambos estudios revelan áreas de preocupación. En Inspiramed, se destaca la necesidad de una gestión efectiva de prácticas éticas y responsabilidad social, mientras que, en las empresas ecuatorianas, se observa una falta de capacitación y formación para prevenir accidentes y minimizar riesgos laborales. Además, una proporción significativa de trabajadores declara percibir riesgos laborales en sus actividades diarias, lo que resalta la importancia de mejorar las condiciones de seguridad en el lugar de trabajo.

Con referencia a los resultados de la investigación sobre el impacto de la RSE en las instituciones de salud privadas de Azogues, Ecuador, elaborado por Calle et al. (2022), es evidente que hay puntos de comparación y contraste significativos con los hallazgos de la percepción de la responsabilidad social en el centro médico Inspiramed de la ciudad de Quito. En primer lugar, en términos de la atención recibida, los usuarios de las clínicas privadas en Azogues parecen tener una percepción generalmente positiva, con la mayoría calificando la atención como buena o excelente. Esto se asemeja a la correlación entre la percepción de responsabilidad social en Inspiramed y la importancia atribuida a las prácticas éticas, donde la mayoría de los encuestados que valoran la responsabilidad social también consideran importante la ética empresarial.

Sin embargo, mientras que en Inspiramed se observa una clara preferencia por la transparencia en las prácticas sociales, ambientales y económicas, en las clínicas de Azogues hay una percepción generalizada de falta de compromiso ético y responsabilidad con la comunidad y el medio ambiente. Mientras que en Inspiramed se destaca una comunicación clara y efectiva con los usuarios, en las clínicas de Azogues se evidencia una falta de políticas para medir el nivel de satisfacción de los clientes.

En cuanto a los valores éticos, si bien la mayoría de los encuestados en Azogues indican que los profesionales de la salud mantienen prácticas éticas, hay una proporción significativa que no está de acuerdo. En Inspiramed, la correlación entre la percepción de responsabilidad social y la importancia de las prácticas éticas podría sugerir un mayor alineamiento entre los valores éticos percibidos y practicados. En lo que respecta a la imagen corporativa,

mientras que en Inspiramed se destaca una infraestructura acorde a los servicios prestados y una oferta de especialidades médicas amplia, en las clínicas de Azogues se observan discrepancias en la percepción de la infraestructura y los precios, así como una insatisfacción con los tiempos de espera.

Con respecto al compromiso con el público interno, hay una aparente contradicción entre la percepción de compromiso ético con la sociedad y el medio ambiente por parte del personal interno de las clínicas de Azogues y la falta de campañas internas de educación para el consumo consciente de recursos. En Inspiramed, se destaca la importancia de evaluar y motivar al personal a través de políticas de evaluación y capacitación periódicas. Finalmente, en relación con los proveedores, en las clínicas de Azogues se observa un respeto aparente por los derechos humanos en las decisiones de inversión y adquisiciones, lo que sugiere la adopción de prácticas de RSE en la selección de proveedores. Este aspecto se asemeja a la preferencia por la transparencia en las prácticas económicas en Inspiramed.

## CONCLUSIONES

Los resultados muestran una correlación significativa entre la percepción de responsabilidad social en el centro médico Inspiramed y la importancia atribuida a la implementación de prácticas éticas. Esta relación refleja la valoración que los encuestados hacen de la ética empresarial como un componente integral de la responsabilidad social corporativa. Por lo tanto, promover prácticas éticas puede ser una estrategia efectiva para fortalecer la percepción de responsabilidad social y mejorar la imagen corporativa.

Los datos obtenidos indican que la mayoría de los usuarios perciben la comunicación en el centro médico Inspiramed como clara y efectiva. Esta percepción positiva sugiere un nivel adecuado de transparencia y eficacia en la entrega de información sobre los servicios, horarios y políticas de la institución. Sin embargo, la presencia de respuestas neutrales resalta la necesidad de mejorar aún más la comunicación para satisfacer completamente las expectativas de todos los usuarios, lo que podría lograrse mediante estrategias de comunicación más amplias y efectivas.

Se concluye que a pesar de que una proporción significativa de encuestados está informada sobre las iniciativas educativas del centro médico Inspiramed, existe un porcentaje considerable que desconoce estas actividades. Esto recomienda la necesidad de mejorar la difusión y la comunicación de estas iniciativas para llegar a una

audiencia más amplia y asegurarse de que la comunidad local esté plenamente informada sobre los recursos y programas disponibles para promover su salud y bienestar.

Los resultados revelan un alto nivel de apoyo por parte de la comunidad hacia las iniciativas del centro médico Inspiramed destinadas a mejorar la salud y el bienestar en general. Además, existe una clara preferencia hacia la transparencia en las prácticas sociales, ambientales y económicas de la institución. Este respaldo y predisposición hacia la transparencia podrían fortalecer la confianza del cliente y mejorar la percepción pública de la institución médica, contribuyendo así a su reputación y sostenibilidad a largo plazo.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bermeo, C., & Erazo, J. (2021). Responsabilidad Social. Caso: Cruz Roja Ecuatoriana. Revista Arbitrada Interdisciplinaria *Koinonía*, 6(12), 8-20. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576868967006/576868967006.pdf>
- Calle, A., Erazo, J., & Vásquez, E. (2022). Impacto de la responsabilidad social empresarial en las instituciones de salud privadas de Azogues, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 14(5), 621-629. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v14n5/2218-3620-rus-14-05-621.pdf>
- Carvache, S., Erazo, J., Matovelle, M., & Narváez, C. (2023). Motivaciones y segmentación del Ecoturismo como estrategia para fomentar la Educación Ambiental en áreas protegidas marino costeras. *Revista Conrado*, 19(90), 178-185. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2881>
- Echeverría, O., Abrego, D., & Medina, J. (2017). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *Innovar*, 28(69). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512018000300133](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512018000300133)
- España. Red Sanitaria de Responsabilidad Social. (2022). La responsabilidad social en los hospitales de la red sanitaria de rs estructura y funcionamiento. *Human*, 14(2), 8-10. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4108>
- Gandía, C., Vergara, G., Lisdero, P., Quatrinni, D., & Cena, R. (2017). Metodologías de la investigación: estrategias de la indagación I. Estudios Sociológicos Editora.
- Grijalva, B., & Fernández, A. (2020). Responsabilidad social das empresas e competitividade en las clínicas de salud privadas de Quito, Ecuador. *Cooperativismo y Desarrollo*, 8(2). 315-328. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8379847.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (20214). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill.
- Morocho, A., Erazo, J., Narváez, C., & Carvache, S. (2023). La educación financiera en estudiantes universitarios y su relación con el uso del crédito educativo. *Revista Conrado*, 19(91), 179-186. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2939>
- Narváez, C., & Erazo, J. (2022). Sector informal de textiles y confecciones: un análisis de las competencias laborales. *Universidad Y Sociedad*, 14(1), 673-688. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2601>
- Palacios, M., & Erazo, P. (2021). La responsabilidad social e impacto ambiental en hospitales. Arbitrada Interdisciplinaria *Koinonía*, 6(12), 69-76. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576868967004/html/>
- Ramos Farroñán, E. V., & Valle Palomino, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: camino al cambio empresarial. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 292-298. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-292.pdf>
- Severino-González, P., Villalobos Antúnez, J. V., González-Soto, N., & Ramírez Molina, R. I. (2020). Perspectiva de la responsabilidad social empresarial de la salud pública chilena. *Revista venezolana de gerencia*. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/7178>
- Suasnavas, P. R., Andrade, A. R., Granda, K. M., Dávalos, H. P., Cárdenas, H. P., & Gómez, A. R. (2019). Responsabilidad social y gestión de la seguridad y salud en el trabajo: panorama actual de las empresas ecuatorianas. *Revista Espacios*, 40(04). <http://es.revistaespacios.com/a19v40n04/19400418.html>
- Vásquez Fajardo, C. E., Pérez Salazar, J. A., Fajardo Vaca, L. M., Scrich Vázquez, A. J., & Cruz Fonseca, L. D. L. Á. (2018). El tratamiento de la salud pública y ambiental desde la responsabilidad social empresarial en Ecuador. Archivo *Médico de Camagüey*, 22(3), 366-380. <https://www.redalyc.org/journal/2111/211159714014/html/>
- Zanfrillo, A. (2021). Responsabilidad social corporativa: factores influyentes en la divulgación de información en organizaciones de salud no lucrativas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 90. <https://doi.org/10.21158/01208160.n90.2021.2930>