

# **Contribución económica y social que realizan las empresas privadas del país**

*Lorena Chavarría Rodríguez, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.  
2013*

## **Resumen ejecutivo**

El presente ensayo tiene como objetivo conocer si las empresas ubicadas en el Gran Área Metropolitana incluyen en sus estrategias corporativas planes relacionados a la responsabilidad social, esto desde el punto de vista de que las organizaciones que los incorporan son más rentables y mantienen una buena relación con las comunidades. Recientemente, es frecuente encontrar en los periódicos nacionales como las organizaciones están apostando más a la integración de éste tipo de programas, con el fin de optimizar sus operaciones a través de empleados motivados y eficientes y con un mayor compromiso con el planeta, en búsqueda de una organización más competitiva. En lo anterior radica la importancia de conocer cómo se desarrollan estos planes en nuestro país. Sin embargo, por ser un tema que recién está entrando en el mercado costarricense, son pocas las empresas que tienen un alto conocimiento de como realmente funciona la responsabilidad social empresarial. Las empresas apenas están comenzando a adoptar este sistema, siendo el área de recursos humanos la que lidera estos proyectos, y lastimosamente se está cayendo en un error de significado. Hay una gran diferencia entre ser una empresa socialmente responsable a ser una empresa con políticas o estrategias de responsabilidad social desde una integración triangular de economía, social y ambiente.

*Palabras clave:* Responsabilidad social empresarial, responsabilidad social, estrategia corporativa.

## **Economic and social contribution made by private companies in the country**

*Abstract:* The present work aims to determine if the companies located in the Great Metropolitan Area include in their corporate strategies the plans related to social responsibility, this from the perspective that the organizations that incorporate this plans are more profitable and maintain a good relationship with their communities. Recently, it is common to read in national newspapers how the organizations are betting on the integration of this type of program in order to optimize their operations through efficient and motivated employees and a greater commitment to the planet, in search of a more competitive organization. Because of this, it is important to know how these plans are put in practice in our country. However, because it's a new subject, there are only a few companies in Costa Rica that have the knowledge of how social responsibility really works. Companies are just

beginning to adopt this system lead by the human resources area, and woefully there's a problem of meaning. There is a big difference between being a social company and being a company with social responsible policies or strategies from a triangular integration of economy, social and environment.

*Keywords:* Corporate social responsibility, social responsibility, corporate strategies

## Introducción

Las organizaciones están migrando a nuevos modelos de negocios, cambios que han sido forzados por las mismas circunstancias del entorno, en el que se han dado situaciones que han puesto en juego la reputación e imagen de las marcas o de las corporaciones. A raíz de esto las organizaciones han ido adaptando la responsabilidad social, lo que las exige a establecer códigos de ética, normas de calidad y normas contables, así como optimizar los procesos, dar su aporte a la sociedad y al medio ambiente. Esta evolución ha hecho que las empresas asuman su responsabilidad en cuanto al impacto que tienen las decisiones que tomen hacia el entorno.

Mantener esta credibilidad, la reputación y el posicionamiento en el mercado lleva un trabajo arduo y constante por parte de las corporaciones, en el que las empresas deben saber qué, cómo, quién y cuándo aplicar los programas de responsabilidad social, escuchando y reconociendo las expectativas que muestre su entorno, con las estrategias más adecuadas para mantener una rentabilidad sostenible a largo plazo.

La responsabilidad social no se puede ejercer sin que exista un grupo de personas que trabajen en función a esta, desde la comunidad hasta los empleados; por este motivo es de suma importancia para las empresas actuales trabajar en el desarrollo de programas de responsabilidad social que les garanticen obtener un mejor valor de la organización. Una empresa que proyecta una buena imagen gana reputación sobre su entorno y esta se logra cuando sus empleados muestran comportamientos éticos; cuando trabajan para tener los mejores estándares de calidad; y cuando buscan que sus relaciones con los empleados, proveedores y comunidad sean las más adecuadas de acuerdo con los valores establecidos. Si una empresa no incluye dentro de sus estrategias corporativas lo asociado con la responsabilidad social empresarial es muy difícil que logre una sinergia en función de sus valores y la ética esperada puesto que sus stakeholders no sabrían qué esperar o qué objetivo seguir, y es aquí cuando se da la brecha del “qué creo yo” a lo “qué realmente se espera de mí”.

Por lo anterior, surge la interrogante para estudio: ¿Cómo contribuyen al desarrollo social y económico por medio de Responsabilidad Social Empresarial las empresas del Gran Área Metropolitana?, con la que se persigue en general *identificar la manera en que las empresas del Gran Área Metropolitana incorporan la Responsabilidad Social Empresarial en su estrategia corporativa para contribuir al desarrollo social y económico*, a través de un conjunto de objetivos específicos como:

- Conocer la forma en cómo aplican la responsabilidad social las empresas del Gran Área Metropolitana.

- Indagar si existen dentro de los planes de las empresas del Gran Área Metropolitana programas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Determinar de qué manera realizan campañas de comunicación internas y externas sobre los programas de Responsabilidad Social Empresarial, las empresas del Gran Área Metropolitana.

Con esto se define como hipótesis de investigación: Las empresas están incluyendo dentro de sus estrategias empresariales lo relacionado con los planes de responsabilidad social.

## Marco teórico

La Responsabilidad Social Empresarial, en adelante RSE, ha tenido una serie de definiciones conceptuales diferentes, pero que en contexto son muy similares, la más cercana a todas es la de la International Organisation for Standardization (ISO) que indica:

La responsabilidad que una organización tiene sobre el impacto de las decisiones y actividades que realiza hacia la sociedad y el ambiente, que contribuyen al desarrollo sostenible, tomando en cuenta las expectativas de los *stakeholders*, de conformidad con las leyes y en consistencia con las normas internacionales del comportamiento, que es integrada a través de toda la organización y en la práctica de sus relaciones.

La forma en que los años 80's fue afectada por la globalización, los avances tecnológicos, internet, entre otros, vino a darle un giro a la manera de hacer negocios y por tanto tomó un fuerte auge el tema de Responsabilidad Social. Aparece la teoría de los *stakeholders*, escrita por R. Edward Freeman. En los 90's comenzaron a desarrollarse los códigos de comportamiento social y para finales de este siglo aparecen las Normas 's (ISO), la Global Reporting Initiative Sustainability (Reporting Guidelines), Social Accountability International's (SA8000), la Accountability (AA1000) Assurance Standard y la United Nation's Global Compact (UN).

Con las Normas ISO y los mercados más exigentes, no queda duda que los 2000's es cuando el concepto de RSE es más integrado en las empresas, desde las pequeñas hasta las multinacionales. Se observa como el voluntariado, las obras de bien social y la responsabilidad por el ambiente, la comunidad y los empleados se torna más importante para el mercado y en función a la imagen de las organizaciones.

La RSE está integrada por tres grandes conceptos que son:

**a) Responsabilidad económica:** Toda empresa busca un fin en común y es obtener mayores beneficios. Con estrategias corporativas de RSE, obtienen mayores utilidades ya que mejoran sus costos en el sentido que si una empresa se acoge, por ejemplo, a las Normas ISO, lo lleva a estar analizando sus procesos constantemente, lo cual hace que estos tengan operaciones más óptimas y con altos estándares de calidad. Otra parte de la responsabilidad económica son las regulaciones éticas y de conducta que hace que los empleados mantengan comportamientos financieros adecuados convirtiéndose en auditores de la operación y evitando fraudes y delitos.

**b) Responsabilidad social:** Se encuentra en función a los planes que posea la empresa y se realiza dando aportes económicos o voluntariado en obras de bien social para la

comunidad o invirtiendo en programas con el fin de mejorar el estado de los empleados, como en lo educativo.

**c) Responsabilidad medioambiental:** Todo acto que realicen las empresas que ayude a minimizar al impacto ambiental, como programas para reducir la emisión de carbono, trabajar de mejor manera los recursos sostenibles y ayudar a bajar el índice de contaminación

El impacto social está claro en cuanto a los programas que desarrolla una empresa que hacen que la marca sea bien percibida por la sociedad, incrementando su posicionamiento, lo cual, a su vez, tiene un impacto económico, no solo en cuanto al valor de la marca, sino que en la preferencia que tendrán los consumidores sobre los productos de esta empresa. La figura siguiente muestra claramente cómo trabaja la RSE con los stakeholders.

Figura 1. Muestra un ejemplo de una estrategia de responsabilidad social empresarial de la empresa BCI, "Modelo de Sustentabilidad" desarrollo por BCI.



Fuente: "Modelo de Sustentabilidad" desarrollo por BCI.

Para que la RSE funcione, debe estar en las estrategias corporativas. Emilio Sierra (2008) menciona que la RSE está migrando de la caridad a ser parte de la estrategia corporativa para garantizar la sostenibilidad esperada. Este concepto se reafirma con lo publicado por Michael Porter (2011), quien explica que las organizaciones aún no están preparadas para integrar la responsabilidad social dentro del *core business* y menciona que se han dedicado a arreglar todo aquello que tenga un impacto en la sociedad, pero en el que la empresa siempre salga beneficiada.

Porter explica que en el momento en que las empresas consoliden todo en una sola estrategia corporativa, se realizará la RSE en pro de la sociedad hacia la empresa. Así, Porter propone que las organizaciones deben cambiar su modelo de negocio y pasar de responsabilidad social a crear un valor integrado (shared value). Asegura que han sido las empresas emprendedoras y de bajos recursos las que mejor han sabido adaptar este modelo, pero que todavía falta mucho por evolucionar. En la figura 2 se muestra cuál es el modelo que están usando y cómo sería el nuevo modelo para crear un valor integrado. El uso de este modelo forzaría a las empresas a pensar en una sostenibilidad a largo plazo:

Figura 2. Se presenta el modelo actual de Responsabilidad Social Corporativa y lo que sería el nuevo modelo Creando el Valor Integrado

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	CREATING SHARED VALUE
Values: doing good	Value: economic and societal benefits relative to cost
Citizenship, philanthropy, sustainability	Joint company and community value creation
Discretionary or in response to external pressure	Integral to competing
Separate from profit maximization	Integral to profit maximization
Agenda is determined by external reporting and personal preferences	Agenda is company specific and internally generated
Impact limited by corporate footprint and CSR budget	Realigns the entire company budget
Example: Fair trade purchasing	Example: Transforming procurement to increase quality and yield

Fuente: Modelo "Creating Shared Value" por Michael Porter.

Los mercados cada vez más exigentes han llevado a las empresas a adaptar la responsabilidad social desde la perspectiva del comportamiento ético hacia las personas y el ambiente, esto debido a que cualquier mínimo error que cometa una organización será expuesto ante la sociedad. Por este motivo, hoy vigilan la reputación e imagen de sus representadas. La RSE no existiría sin una estrategia corporativa que ayude a mejorar la percepción que tenga el mercado sobre una organización, así como lograr una mayor lealtad por parte de sus empleados, proveedores, clientes y el Gobierno en sí, y, a su vez, expresar a todos cuáles son sus valores como empresa y su razón de ser, cuáles son los objetivos para alcanzar esta sinergia.

De acuerdo con un artículo publicado por El Financiero el 6 de septiembre de este año, la Responsabilidad Social Empresarial está teniendo un crecimiento en los programas que están desarrollando las empresas del país, cuando miran a lo interno y descubren que hay una necesidad de bienestar social entre sus empleados. También menciona que las pymes, por su estructura, cuentan con más posibilidad de adaptar los programas de responsabilidad y lograr un mayor impacto que los de empresas más grandes.

En Costa Rica hay un gran número de empresas concentradas en el Gran Área Metropolitana, por tanto, se torna relevante evaluar sus aportes a la sociedad, medio ambiente y qué normas utilizan para una mejor rentabilidad.

## Metodología

La investigación se realizó basada en el método de la investigación cualitativa, o bien, llamada descriptiva, con la que se estudió la hipótesis planteada que dice: Las empresas están incluyendo dentro de sus estrategias empresariales lo relacionado a los planes de Responsabilidad Social Empresarial. Este método utilizado permitió realizar una entrevista al sujeto de investigación de una manera abierta, controlando la secuencia de los temas que se deseaban conocer. En anexo 1 se encuentra la encuesta aplicada.

El estudio se efectuó en el transcurso del primero al veinte de noviembre en la ciudad de San José, a empresas nacionales y multinacionales, medianas y grandes, de diversas industriales, tales como: alimentación, farmacias, construcción, editoriales, comerciales, entre otras, las cuales tienen dirección en el Gran Área Metropolitana, en cualquiera de sus cuatro provincias: San José, Alajuela, Cartago y Heredia, y que son organizaciones que llevan a cabo acciones de bien social o cuentan con programas de Responsabilidad Social Empresarial definidos.

Como primer paso en el proceso de identificación de los sujetos de estudio, se buscaron listados de empresas y se tomó la decisión de usar todas las bases de datos de la Cámara de Industrias, la Cámara de Construcción, las páginas amarillas, información suministrada por diversos contactos personales y en muchos casos cruzando los datos con lo encontrado en las páginas web. Después de tener los listados, se identificaron las organizaciones con dirección en el Gran Área Metropolitana y que podrían realizar acciones sociales o tener programas de responsabilidad social.

Una vez seleccionadas las empresas, según su dirección, se procedió a contactar a cada una de ellas por teléfono para determinar las que llevan a cabo obras de bien social o realizan programas de Responsabilidad Social Empresarial. Seguidamente, si la respuesta era afirmativa, se solicitaba el nombre del encargado y se solicitaba poder comunicarse con la persona para hacerle saber sobre el estudio, el porqué fueron escogidos para la investigación y si deseaba participar en la entrevista telefónica. En otros casos el contacto de participación se realizó por correo electrónico; confirmada la participación, se coordinaba la cita para la entrevista.

Como limitantes de la investigación se encontró que el interés de las empresas por participar en este tipo de estudios académicos es bastante bajo por lo que se debe hacer el triple de la muestra para lograr la cantidad esperada, y ser insistentes.

El diseño aplicado para el estudio fue el de investigación de acción, con este diseño se buscaba profundizar en la entrevista a través de preguntas que sirvieron de guía, esto quiere decir que al entrevistado se le hace una pregunta y según responde, se hacen preguntas del cómo o porqué con el objetivo de adquirir el mayor detalle posible del tema. La investigación de acción lleva a ampliar los conocimientos a través del contacto directo con el sujeto, con la que se puede percibir su estado e interés por el contenido y, finalmente, esta metodología conduce hasta el punto de la reflexión, por eso la importancia del uso de este diseño en este tipo de estudio descriptivo.

## Discusión y resultados

Las empresas entrevistadas son una parte nacionales y otras multinacionales, las hay de la industria farmacéutica, de alimentos, de servicios, de la construcción, electricidad y comerciales, entre otras, las cuales son tanto medianas como grandes y están ubicadas principalmente en San José, Heredia, Alajuela y Cartago.

La Responsabilidad Social Empresarial es un conjunto de elementos que van desde lo económico a lo social, hasta lo ambiental, por tanto, se percibe la relevancia de averiguar de manera general si las corporaciones hacen algún tipo de acción económica además de la social. Por esto se planteó como guía el saber los tipos de acciones sociales que realizan, si poseen normas o códigos de ética y si hacen programas para el desarrollo profesional de los empleados y su bienestar social. Además se quiso conocer qué diferencia a una empresa con acciones filantrópicas a las que desarrollan programas de Responsabilidad Social Empresarial.

La gran mayoría de las empresas, si no todas, realizan aportes económicos, ya sea con donaciones de producto según el proyecto que se les presente, a hogares, asociaciones u organizaciones, como por ejemplo, de drogadicción, de mujeres de la calle, adultos mayores o a organizaciones relacionadas con el medio ambiente.

La participación en las acciones sociales que requieran de donaciones se da tanto por parte de la Gerencia como por los empleados, cada vez que se presente un proyecto y sea aprobado por la junta o presidencia. En algunas ocasiones la colaboración se hace en conjunto, empresa y empleados, cuando participa la empresa, se autoriza un presupuesto para el proyecto, de todas maneras cuando se realiza de esta manera es porque se trata de empresas en que las que existe una mera filantropía social.

La entrevista iniciaba la conversación pidiendo que mencionaran las actividades que realiza la empresa en cuanto a obras de bien social o con algún impacto en la comunidad, lo cual dirigía la entrevista para conocer los tipos y cómo las llevan a cabo.

De los programas que efectúan las empresas, se encontró que en una mayoría ejecutan actividades relacionadas con el medio ambiente o la educación. Entre las actividades que resaltan en lo ambiental están programas de reciclaje y de voluntariado para embellecer a Costa Rica como siembra de árboles, manejo de residuos sólidos, rescate de árboles y animales, así como limpiar playas; muchas de estas actividades se realizan en las comunidades aledañas a las empresas como una forma de retribuir a los vecinos su estadía y acogida en los pueblos.

En educación hay una gran parte que con personal de la empresa o a través de contratación de terceros, llevan a cabo talleres de diferente índole como: Talleres de reciclaje, de mejora de la autoestima, manualidades, manejo de finanzas del hogar, manejo de residuos, entre otros. También varias de ellas otorgan becas de estudio para los niños de la comunidad con el fin de ayudar en la disminución de la deserción escolar. En este rubro sobresalen programas en los que participa el personal de las empresas para dar formación de temas técnicos en diferentes lugares como colegios técnicos, escuelas, universidades o a través del Instituto Nacional del Aprendizaje.

En apoyo a la comunidad, una parte de las empresas realizan labores de mejoras en la infraestructura de su vecindad en conjunto con las municipales, como por ejemplo,

pintando edificios o mejorando las calles o parques del pueblo. También algunas dan asistencia a enfermos o en acciones específicas o participan como voluntarios en programas como un *Techo para mi País*

Hay unas cuantas compañías que mostraron como parte de sus programas ser las protagonistas de los eventos, como por ejemplo, algunas organizan actividades asociadas con la salud como carreras de atletismo, vacunaciones y otros, en los que participan otras empresas en la actividad.

Existe un orden preferencial por parte de las compañías en cuanto a los programas en los que prefieren participar, optando por no ser los protagonistas, sino que apoyan programas que hacen otras empresas o hacen donaciones económicas o de material de su producción a diferentes proyectos. En la figura 3 se muestra una pirámide con el orden preferencial de los programas en los que más participan las empresas.

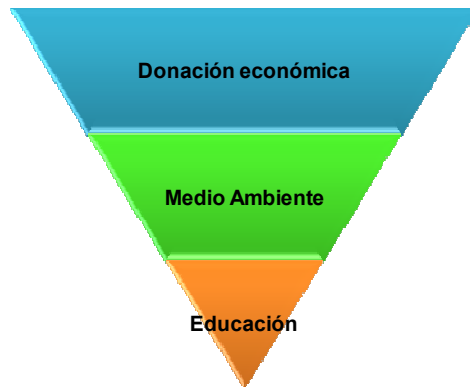
Se indagó cómo las empresas velan por el desarrollo profesional y por el bienestar de sus empleados, y en una mayoría tienen programas de formación para estos, tales como capacitación o becas de estudio. Al referirse a capacitación, quiere decir que son aquellos planes para el desarrollo de las habilidades de los empleados que se realizan con charlas o talleres y normalmente se imparten con asesores externos, algunas pocas usan los conocimientos de su propio personal para este objetivo.

En relación con las becas de estudios, se otorgan como ayuda económica por la compañía para los empleados y en algunos casos para las familias de estos, con el fin de que realicen estudios formales, cumpliendo con requisitos mínimos para comprometer a las personas a no abandonar la beca y que se establecen en espera de un retorno de la inversión a corto plazo, ya sea como mantener notas mínimas o, si son empleados, que permanezcan en la empresa una cantidad determinada de tiempo trabajando en esta. Cinco de las empresas entrevistadas destacaron los programas con los que cuentan de formación para los empleados, entre los que se mencionan:

- Una universidad en línea para formación técnica.
- Cursos técnicos en el INA.
- Estudios de bachillerato en el lugar de trabajo.
- Estudios de formación en lenguas en sus propias empresas.

Como parte de la responsabilidad económica, se deseó saber si las empresas trabajan bajo las Normas ISO, International Organization for Standardization por sus siglas en inglés, y que a través de estas se logran mejoras en las operaciones, bajando los costos de producción. De lo investigado, una gran cantidad de las empresas están certificadas en Normas ISO 9001, las cuales ayudan al establecimiento de procedimientos estandarizados con la mejor calidad posible, le siguen las normas 14001 relacionadas con mejorar las operaciones con impacto ambiental y su desempeño. Una minoría trabaja bajo los

Figura 3. Pirámide que muestra el orden preferencial de los programas en los que participan las empresas entrevistadas.



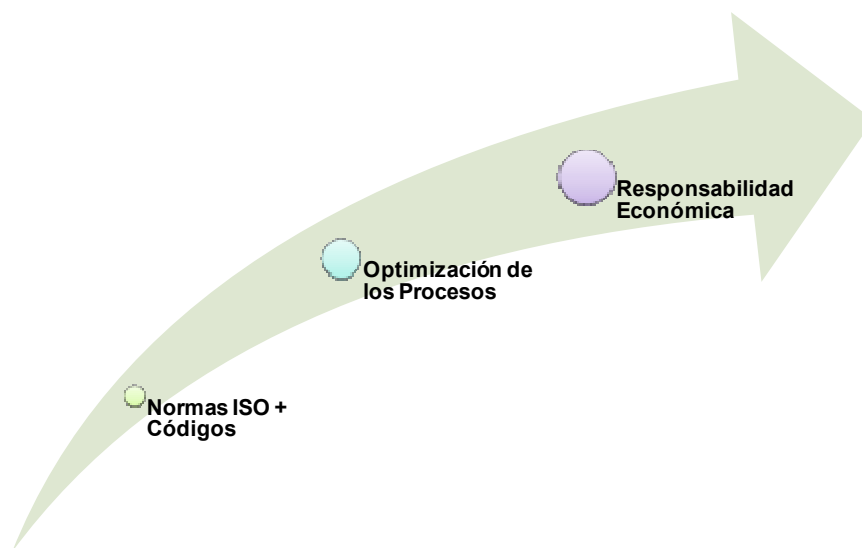
Fuente: Elaboración propia



estándares de las normas 26001 que son guías para las corporaciones responsablemente sociales y otras están trabajando con el fin de lograr la certificación en ISO 2021, la cual ofrece las mejores prácticas para el control de las operaciones en lo que respecta a lo social, económico y ambiental.

Así como las Normas de Calidad ISO son parte de la responsabilidad económica, también lo son los códigos de ética. El establecimiento de estas reglamentaciones ayuda a que los empleados se comporten bajo los estándares que busca una empresa, que se vinculan con las relaciones de los jefes hacia los empleados, el comportamiento de los trabajadores con los clientes, los proveedores, entre compañeros, y la sociedad, que a su vez crea personas que velan por los intereses de la empresa tanto financieros como en el buen uso de los bienes de la organización. En general las empresas tienen constituidos Códigos de Ética o de comportamiento, al punto que hay cuatro de ellas que no están bajo las Normas ISO, pero sí cuentan con códigos establecidos para sus empleados. En la figura 4 se muestra como se llega a la responsabilidad económica.

Figura 4. Eslabones para llegar a la responsabilidad económica



Fuente: Elaboración propia

En las organizaciones que realizan programas de Responsabilidad Social Empresarial, se conoció cuáles de ellas tienen un área definida para llevar el liderazgo y la coordinación de lo que se llama Responsabilidad Social Empresarial y se detectó que son una minoría, y en otro poco los programas de responsabilidad social los lidera el Departamento de Recursos Humanos y en otras lo lidera el área de Salud Ocupacional, en ambos casos se delimita el campo de acción en los programas de responsabilidad social.

Por otro lado, en la mayoría de las compañías en las que el recargo de la coordinación de los programas sociales recae en el área de Recursos Humanos, se observa que estas en gran parte solamente aplican acciones de bien social, se desempeñan bajo un estándar de filantropía social, en el que las donaciones y voluntariado en programas

desarrollados por otros es mucho más fácil de plantear como actividad de responsabilidad social.

Hay una mayoría de empresas que se conducen con normas de calidad, sin embargo, no establecen en sus estrategias acciones de responsabilidad social, son empresas que solo se preocupan por su producción y utilidades.

Las organizaciones esperan una participación activa de sus empleados por lo que hacen sus comunicaciones a través de correos, boletines internos, pizarras, reuniones o actividades; y en una minoría realizan publicaciones en prensa para dar a conocer sus aportes a la sociedad, pero ninguna manifestó llevar a cabo acciones de promoción y mercadeo.

De lo estudiado se determina que aquellas organizaciones con programas de responsabilidad social adecuadamente integrados en cuanto a lo social, económico y ambiental, son las que cuentan con un departamento para tal fin, las que integran normas de ISO y estrategias de sustentabilidad y son las que establecen planes de trabajo para el alcance de los objetivos. Igualmente, estas empresas cuentan con estructuras organizacionales y con los recursos necesarios para poder mantener este tipo de operaciones. A su vez, por ser el área de Responsabilidad Social Empresarial parte de la corporación, forman parte de los presupuestos anuales, por lo que planean sus actividades de manera anual.

La responsabilidad social es muy importante para las empresas que la poseen, hay tres ellas que destacaron en sus comentarios:

“...más allá de una moda o beneficios intrínsecos que pueda traer el tener programas, es una filosofía o dogma, en donde como seres humanos debemos estar consientes del día a día y colaborar”.

“... existe desde hace 20 años en la compañía y ha sido un valor integrado por el dueño de la empresa”.

“Nuestros productos son en sí socialmente responsables, pues antes que la mera rentabilidad, persiguen el beneficio del consumidor, ofreciéndole una mejor opción. La rentabilidad está subordinada a la calidad y no a la inversa como ocurre en el concepto clásico capitalista. Todo producto que se saque al mercado cumple un fin social y ambientalmente positivo en toda la cadena del proceso estimulando la producción de materias primas orgánicas que no dañen al ambiente y sus habitantes, utilizando procesos responsables que minimicen la contaminación y proporcionando una alternativa de consumo socialmente responsable también”.

Las organizaciones que realizan acciones de responsabilidad social lo hacen por un compromiso con la sociedad como respuesta a sus valores, por lo que las caracteriza la humildad y no se preocupan por hacer pública su participación con la sociedad en medios de comunicación, lo realizan cuando el programa en sí requiera de la participación activa de otras organizaciones, de la ciudadanía o porque un medio pida la entrevista.

## Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos, se encuentran dos vertientes; por un lado, están aquellas empresas con programas de responsabilidad social bien definidos y, por tanto, forman parte de sus estrategias y, por el otro, se encuentran las que tan solo se dedican a hacer sus “donativos”, pero se llaman empresas con programas de Responsabilidad Social Empresarial.

Las organizaciones que dicen practicar la responsabilidad social la tienen integrada como parte de sus estrategias, en respuesta a un valor, pero las que poseen una organización en el triángulo de la responsabilidad social: económico, social y ambiental; mantienen operaciones más consolidadas y con un alto entendimiento de lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial, que en su integración hace empresas más exitosas y preparadas para enfrentar una crisis. Cuentan con personal de alto rendimiento y fieles y con clientes más leales, con proveedores más deseosos de hacer negocios y poseen una buena relación con la comunidad.

Los programas normalmente son coordinados por las áreas destinadas para esto, pero son liderados y establecidos por los altos funcionarios de las empresas y ellos son los que establecen la manera de actuar.

A lo interno de las compañías, en cierta manera se preocupan por el bienestar de sus empleados por lo que tienen programas que les ayudan a mejorar su calidad de vida a través del crecimiento profesional, poseen códigos del comportamiento con los stakeholders establecidos y se apoyan de las normas de calidad ISO.

De alguna y otra forma las empresas determinan presupuestos para sus programas de responsabilidad, ya sea en sus planes anuales o cada vez que se apruebe participar en un proyecto.

En general, la Responsabilidad Social Empresarial es aplicada por las empresas tanto en lo social como económico, lo cual es lo que concierne a este estudio. En cuanto a responsabilidad social se realizan donaciones económicas, seguidas del voluntariado en proyectos ambientales y, por último, en temas de educación, que son los tipos de actividades en los que más participan las empresas hoy y de una u otra forma tienen un impacto en las diferentes comunidades y ciudadanos del país.

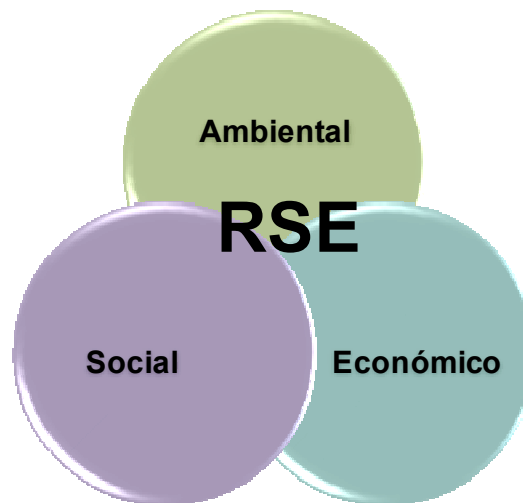
Sin o con responsabilidad social las empresas siempre cuidan sus utilidades y en la actualidad se ha percibido que a través de las normas de calidad ISO se logra una mayor rentabilidad de las operaciones, por eso se acogen a estos estándares.

Las empresas mantienen una comunicación transparente con su gente y su entorno. Aquellas que cuentan con responsabilidad social son normalmente empresas con carácter humilde, a las cuales no les interesa divulgar el trabajo que realizan para la sociedad; al contrario, prefieren mantener un bajo perfil hacia los medios. A lo interno mantienen informado a su personal con boletines, correos, reuniones o pizarras; medios que también utilizan para lograr una participación activa de los empleados. Sin embargo, ninguna de las empresas lleva a cabo actividades de promoción para lograr una mayor participación por parte de los empleados.

La hipótesis planteaba si las empresas están incluyendo dentro de sus estrategias empresariales lo relacionado con los planes de Responsabilidad Social Empresarial. De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se puede asegurar que las organizaciones que tienen la responsabilidad social con planes definidos y presupuestos anuales establecidos, trabajan al marco de estas estrategias y demuestran un mayor conocimiento de este concepto y, por tanto, son parte integral de las estrategias corporativas. Algunas otras empresas también se basan en las normas de calidad ISO, las cuales también son parte de sus estrategias organizacionales, pero son muy pocas las que no integran ambas estrategias en sus objetivos. En la figura 5 se muestra el triángulo de los componentes de la responsabilidad social empresarial.

Las que no tienen acciones de responsabilidad social en su manera triangular hacen aportes económicos a la sociedad para mantener una “buena imagen”, lo que las convierte en empresas que sienten ecuanimidad por su comunidades, pero que no manejan un concepto compuesto por las tres partes de la responsabilidad social.

Figura 5. Elementos de las responsabilidad social empresarial



Fuente: Elaboración propia

Poco a poco las empresas están adaptando sus estrategias bajo el marco de la Responsabilidad Social Empresarial porque se están dando cuenta de la importancia que conlleva, no solo en su relación con la sociedad, sino que también en cuanto a la sustentabilidad de sus procesos y en su aporte para conservar el planeta.

Queda en duda por qué las empresas prefieren mantener un perfil bajo en lo que acciones sociales se refiere y solo se limitan a hacer donaciones económicas, ¿acaso tendrá esto que ver con mantener una imagen positiva o bien en lograr una disminución en los impuestos? ¿Por qué las empresas que poseen un área designada a estos programas mantienen acciones más establecidas y de mayor impacto que las que no la tienen, es acaso esto una respuesta a una directriz?

## Recomendaciones

Se recomienda que las empresas profundicen en el verdadero significado de la Responsabilidad Social Empresarial, de manera tal que defina de forma clara los objetivos que debe seguir la persona a cargo. La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto integrado de las operaciones que realiza la empresa, mientras que la filantropía social es hacer obras de caridad sin considerar la mejora en los procesos, la estabilidad de los empleados y el aporte a la sociedad. Las empresas con un área de Responsabilidad Social Empresarial es porque la tienen definida como respuesta a sus valores, a su filosofía y a su razón de ser, y en muchas como parte de sus programas de sostenibilidad.

Las empresas deberían considerar de manera planificada, sin que esto requiera una alta inversión, guiarse por las Normas ISO y los Códigos ya que ayudan a mantener una mejor posición en el mercado, a través de la estandarización en los procesos, lo cual conduce a mejorar el control de los recursos, los tiempos y la calidad de producción en general, esto a su vez permite alcanzar una mayor eficiencia en las operaciones bajando los costos; en pocas palabras, se logra una mayor rentabilidad. Con las normas las empresas deben mantener una constante actualización de los procedimientos que se estén utilizando, lo cual ayuda a mejorar el desempeño de toda la organización, desde lo interno hasta lo externo. Más allá de lo económico, aplicarlo adecuadamente pueda que requiera de altos recursos al inicio, mucha coordinación y trabajo en equipo, pero que al mediano plazo se obtenga un retorno de la inversión y logros más allá de lo esperado.

La influencia de los medios de comunicación, internet, redes sociales y lo que se escucha en la calle sobre las empresas que hacen adecuados programas de responsabilidad social deja claro el impacto que tiene y aunque algunas lo mantengan al margen, no logran escapar de la prensa, el *publicity*, y de que el mercado esté pendiente de sus acciones. Por eso es importante que mantengan una comunicación constante con sus empleados para que estén más involucrados con los planes y, a su vez, posean una comunicación transparente con la comunidad.

El tema de Responsabilidad Social Empresarial es muy amplio, lograr una integración total lleva un trabajo largo y visionario, y son pocas las compañías que hoy han llegado a este punto.

## Anexos

### Anexo 1 – Guía de Entrevista



#### Entrevista sobre Responsabilidad Social

Mi nombre es Lorena Chavarría y soy estudiante de Licenciatura en Mercadeo de la UlaCit. En estos momentos me encuentro realizando mi Proyecto de Graduación sobre Responsabilidad Social Empresarial el cual tiene como objetivo conocer si las empresas cuentan con algún programa de bienestar social para la comunidad o el personal, así como las normas ISO y hasta donde están integradas como responsabilidad social en su organización.

Debido a que su empresa es muy importante dentro del comercio nacional se vio el interés de evaluar el tema en las empresas que la representan, motivo por el cual se ha seleccionado a su compañía

La información que se obtenga de esta investigación es para fines académicos, por tanto se manejará confidencialmente y tendrá una duración de unos minutos.

=====

Fecha: \_\_\_\_\_

Lugar (Ciudad y nombre de la entidad): \_\_\_\_\_

Empresa: \_\_\_\_\_

Contacto: \_\_\_\_\_

Puesto: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

1. ¿Ustedes participan en programas de bien social?

2. ¿En cuáles programas de bien social participan?

3. ¿Quiénes participan en éstos programas?

4. ¿Cada cuánto participan en estos programas?

5. ¿Tienen algún programa de formación o de ayuda para el personal?

6. ¿Qué tipo de programas tienen para el personal?

7. ¿Ustedes tienen Normas de Calidad y/o Códigos de Ética?

8. ¿Cuál área lleva el liderazgo en los programas de bien social?

9. ¿La empresa utilizad algún concepto integrado de responsabilidad social o se limita a hacer obras de bien social?

10. ¿Qué importancia tiene la responsabilidad social dentro de su empresa?

11. ¿Están incluidos de alguna manera los planes de responsabilidad social dentro de las estrategias de la empresa?

12. ¿Cómo asigna la empresa el presupuesto para la responsabilidad social?

13. ¿Realizan alguna promoción a lo interno para dar a conocer los programas de responsabilidad social? ¿Cómo cuáles?

14. ¿A lo externo, realizan comunicaciones sobre los planes que desarrollan? ¿Qué medios utilizan para la comunicación?

De ante mano le agradezco el tiempo brindado.

## Referencias bibliográficas

*A Short History Of Corporate Reporting.* (sf). Recuperado de:  
<http://www.sustainabilitysa.org/sustainabilityreporting/BusinessandCSR/HistoryofCSR.asp>  
[x](#)

BCI. (2013). *Modelo de Sustentabilidad.* Tomado de:  
<http://www.bci.cl/personas/trabajos/rse.html>

Brenes, C. (2013). *Responsabilidad Social es más que solo filantropía, marketing y donaciones*. Recuperado de: [http://www.elfinancierocr.com/negocios/Purdy-Motor-estrategia-sostenibilidad-EF\\_0\\_316768334.html](http://www.elfinancierocr.com/negocios/Purdy-Motor-estrategia-sostenibilidad-EF_0_316768334.html)

Cámara de Construcción. (2013). *Informe Económico del Sector de Construcción*. Recuperado de: [http://www.construccion.co.cr/mailings/direccion\\_tecnica/inf\\_eco\\_ago\\_2013.pdf](http://www.construccion.co.cr/mailings/direccion_tecnica/inf_eco_ago_2013.pdf)

Castro, S. (sf). *La redacción lógica y persuasiva de los trabajos de investigación*. Recuperado de: <http://bb9.ulacit.ac.cr/oar/scm/01/player.html>

Carrol, A. (2007). *A history of corporate social responsibility: concepts and practices*. Recuperado de: [http://www.academia.edu/860777/A\\_history\\_of\\_corporate\\_social\\_responsibility\\_concepts\\_and\\_practices](http://www.academia.edu/860777/A_history_of_corporate_social_responsibility_concepts_and_practices)

*Comunicación y responsabilidad social: Gestión de la reputación*. (2009). Recuperado de: [http://www.academia.edu/1456794/Comunicacion\\_y\\_responsabilidad\\_social](http://www.academia.edu/1456794/Comunicacion_y_responsabilidad_social)

Correa, M., Flynn, S. y Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Recuperado de: [http://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=R5jp5-uM-QIC&oi=fnd&pg=PA5&dq=responsabilidad+social+corporativa+comunicaci%C3%B3n&ots=4-GMbLUzfx&sig=v8J9NepsPZ--3vi\\_bP2SRm9rJiU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20corporativa%20comunicaci%C3%B3n&f=false](http://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=R5jp5-uM-QIC&oi=fnd&pg=PA5&dq=responsabilidad+social+corporativa+comunicaci%C3%B3n&ots=4-GMbLUzfx&sig=v8J9NepsPZ--3vi_bP2SRm9rJiU&redir_esc=y#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20corporativa%20comunicaci%C3%B3n&f=false)

Informe RSE 2012: las tendencias del momento. (2012). *Revista Mercados y Tendencias*. Recuperado de: <http://revistamyt.com/2012/10/informe-rse-2012-las-tendencias-del-momento/4/>

*ISO 26000 Defines Social Responsibility*. (sf). Recuperado de: [http://www.iso.org/iso/home/store/publication\\_item.htm?pid=PUB100331](http://www.iso.org/iso/home/store/publication_item.htm?pid=PUB100331)

*La función económica de la empresa socialmente responsable*. (sf). Recuperado de: <http://www.fundacionluisvives.org/rse/digital/1/articulos/33029/index.html>

Litrán, J. (2010). *Comprometidos con la producción responsable*. Recuperado de: <http://www.compromisorse.com/responsabilidad-social/alimentacion-bebidas-hogar-e-higiene/coca-cola/>

Moore, K. (2009). *Harvard's Michael Porter is interviewed by McGill*. Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=9IH45rY867w>

Orjuela, S. (2011). *La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de: [http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/rp/comunicacion\\_gestion.pdf](http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/rp/comunicacion_gestion.pdf)

Perdiguero, T., y García, A. (2005). *La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial*. Recuperado de: <http://books.google.co.cr/books?id=aUJcjh0o-v8C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>



Porter, M. (2012). *El modelo actual de negocio está acabado*. Recuperado de:  
<http://jcvalda.wordpress.com/2012/11/01/michael-porter-el-modelo-actual-de-negocio-esta-acabado/>

Porter, M. y Kramer, M. (2011). *Creating Shared Value*. Recuperado de:  
<http://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>

*Qué es la comunicación estratégica*. (2010). Recuperado de:  
<http://www.comunicacionestrategica.pe/2010/02/que-es-comunicacion-estrategica.html>

Sajardo, A. y Serra, I. (2009). *Impacto económico y social de la Responsabilidad Social Empresarial en la Comunidad Valenciana*. Recuperado de:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17412326006>

*Sustentabilidad, unidos creamos acciones positivas*. (sf). Recuperado de:  
[http://www.coca-colamexico.com.mx/recursos/pdf/IRS\\_2011.pdf](http://www.coca-colamexico.com.mx/recursos/pdf/IRS_2011.pdf)

*The evolution of CSR*. (sf). Recuperado de:  
<http://www.corporatewatch.org.uk/?lid=2682>

Toro, D. (2006). *El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica*. Recuperado de:  
<http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/2942/1/Enfoque%20estrat%C3%A9gico%20de%20la%20responsabilidad%20social%20corporativa.pdf>

Vogel, D. (2005). *The market for virtues*. Recuperado de:  
[http://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=e7uk29lkoHgC&oi=fnd&pg=PR7&dq=social+responsibility+history&ots=S3sgNNS2xq&sig=7WbWpccyNBL6ImDXnznZWCq5VCo&redir\\_esc=y#v=onepage&q=social%20responsibility%20history&f=false](http://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=e7uk29lkoHgC&oi=fnd&pg=PR7&dq=social+responsibility+history&ots=S3sgNNS2xq&sig=7WbWpccyNBL6ImDXnznZWCq5VCo&redir_esc=y#v=onepage&q=social%20responsibility%20history&f=false)