

# Analizar el rol de los colaboradores de las empresas de servicios que desarrollan programas de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el mercado laboral costarricense

Fabiana Salinas Sánchez<sup>1</sup>, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

**2012**

## Resumen:

Costa Rica ha hecho pública su meta de buscar que nuestra nación compense la totalidad de sus emisiones de carbono y se convierta en el primer país carbono neutral del mundo en el año 2021, por lo tanto, esto conlleva a que las empresas se comprometan en contar con programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Para ello, debemos de realizar un esfuerzo tanto personal como empresarial para poder cumplir con dicho objetivo. En la presente investigación, se conoció el rol que deben de desempeñar los colaboradores en las empresas de servicios a la hora de que se desarrollen e implementen proyectos de RSE.

En los resultados de la exploración, se conoció que muchos de los colaboradores no están enterados de las acciones de RSE que las compañías de servicios están realizando y, además, que no se les toma en cuenta a la hora de realizar este tipo de planes. A pesar de esto, la mayoría de los encuestados sí conocen la definición correcta de Responsabilidad Social Empresarial y creen que todas las empresas de servicios deberían de contar con este tipo de proyectos en el mercado laboral costarricense.

En la actualidad, los profesionales que laboran en este tipo de empresas deberían conocer la importancia que tiene el contar con este tipo de programas, y cuál debería de ser su rol a la hora de que éstos se implementen. El mercado laboral está consciente de que necesitamos un país más responsable y que esto solo se podrá lograr con la adecuada educación de los futuros profesionales.

**Palabras claves:** responsabilidad social, planificación de la ayuda social, programa social, voluntario, gestión del personal

## Abstract:

Costa Rica has made public its goal of seeking our nation offset all its carbon emissions and become the first country in the world in 2012 in becoming neutral carbon, so this implies that companies have to engage in Corporate Social Responsibility programs for this to be accomplished.

---

<sup>1</sup> Fabiana Salinas Sánchez, Relacionista Pública, opta por la Licenciatura en Administración de Negocios. Información de contacto: [fabiana\\_89@hotmail.com](mailto:fabiana_89@hotmail.com)

This is why; we need to make a personal and corporate effort to meet this goal. In this research, we wanted to know the role the employee has to take when the companies develop and implement CSR projects

We concluded with the results of the examination, that many of the contributors are not aware of the CSR actions that the companies are implementing and they also said that they were not heard and able to take any decisions in the CSR plans .

Despite this, most respondents do know the correct definition of Corporate Social Responsibility and they think that all services companies need to have these types of projects in the Costarican labor market.

Today, professionals who work in these types of businesses should know the importance of having this CSR programs, and they really should know what their role should be when these projects are implemented. The labor market is aware that we need a more responsible country and that this can only be achieved with the education of future professionals.

**Key Words:** Social Responsibility, Welfare Planning, Social Programs, Volunteer, Staff Management

## **Introducción:**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) “constituye un compromiso continuo de la empresa con la ética en su actuación y en la contribución al desarrollo económico, enfocados en el mejoramiento de la calidad de vida de su personal y de sus familias, así como la de su comunidad local y la sociedad en general” (Pricewaterhauscoopers, 2003).

La conciencia social del sector empresarial y su deseo de hacer un aporte a la sociedad han cambiado el entorno de los negocios a principios del 2000, ya que antes solían relacionar el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial con donaciones y acciones de caridad dirigidas a la población que tenía los recursos económicos más bajos (Burman,2011). Sin embargo, esa percepción ha ido cambiando a través de los últimos diez años debido a que antes las compañías solo se preocupaban por producir sus bienes (Pineda, 2011).

En ese sentido, la RSE viene a redefinir la palabra *éxito* y la somete a consideraciones que engloban intereses que van más allá de la simple generación de utilidades. Lo anterior, es un verdadero cambio desde la raíz de la concepción empresarial. La sostenibilidad toma gran relevancia y las decisiones internas se entrelazan con el deseo de trascender legítimamente haciendo las cosas bien (Monroy y Morataya, 2008).

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial pretende crear valor económico,

social y medioambiental, considerando las diferentes partes interesadas como lo son los trabajadores, las comunidades, el gobierno, el medio ambiente, entre otras (Pineda, 2011). Por ende, se puede decir que cuando una empresa, organización, gobierno o individuo retribuyen a la sociedad, el impacto es mayor y se completa el círculo virtuoso del desarrollo (Martínez, 2011).

Para llevar a cabo la RSE en una empresa, las acciones no pueden quedar aisladas, deben de ir de la mano de la misión, visión, valores y estrategia de cada compañía (Burman, 2011).

Por ende, “la dinámica diaria de una empresa, es decir, sus relaciones comerciales, sus relaciones laborales, sus relaciones comunitarias, sus relaciones políticas no son estáticas y existen factores que pueden afectarlas positiva o negativamente. Estas relaciones son la contraparte primaria de la naturaleza del negocio. Al hacer una analogía, podría decirse que productividad y rentabilidad son el corazón del negocio, y por el otro lado, que sus relaciones con la sociedad son el alma de la empresa” (Pineda, 2011).

La Responsabilidad Social Empresarial “es nuestra ventaja competitiva y la garantía de una imagen positiva ante el mundo. Sin embargo, el reto para que esto funcione es mantener la identidad y confianza de la empresa. La confianza se gana y se mantiene, teniendo visión a largo plazo y aceptando la responsabilidad de las acciones tomadas” (Herrera, Monroy y Morataya, 2008).

Por otro lado, “en un mundo cada vez más complejo, el contexto laboral se torna más exigente. Por tanto, las empresas de hoy necesitan personal más cualificado, motivado y creativo; personal que sepa manejar la complejidad, gestionar los cambios y conducir la empresa al éxito” (Lieber, 2011).

La estrategia de RSE es definir e implementar una visión estratégica de negocios por parte de toda la empresa, propietarios, directivos y trabajadores, orientada a lograr la sustentabilidad o sostenibilidad económica de las empresas, sin desentenderse, por una parte de las obligaciones sociales y de la solidaridad con sus interlocutores, y por la otra, de los impactos medioambientales que sus operaciones pudieran producir (Fonti y Suárez, 2008).

Una estrategia de RSE apoya un balance razonable entre los beneficios económicos,

sociales y ambientales dentro de la organización. Es entonces cuando las contradicciones entre los valores corporativos y los valores personales de los colaboradores pueden disolverse, pues se instituye un ambiente positivo que les motiva a contribuir con el éxito empresarial y a querer mantenerse dentro la empresa (Lieber, 2011). Por ello, los colaboradores de una compañía deberían de conocer bien los programas que actualmente se están desarrollando en las empresas para poder entender la estrategia de RSE con el fin de concientizarse y de participar en los programas de RSE.

Por lo anteriormente explicado, se realizará una investigación con el fin de analizar el rol de los colaboradores de las empresas de servicios que desarrollan programas de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el mercado laboral costarricense.

## **Justificación**

Actualmente, la Responsabilidad Social Empresarial desempeña una función muy importante en la sociedad costarricense, pues como ya se ha mencionado anteriormente, Costa Rica hizo pública su meta de convertirse en un país carbono neutral para el año 2021.

Al ser el objetivo principal de proyecto el analizar el rol de los colaboradores de las empresas de servicios que desarrollan programas de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el mercado laboral costarricense, se desarrollará una metodología propia para tal fin con el propósito de conocer los resultados de dicho trabajo investigativo.

Los colaboradores de empresas de servicios, así como las compañías en sí, serán los que se beneficiarán con esta investigación, ya que muchas personas no saben cuál rol representar a la hora de que se desarrollen estos programas.

La información se pretende recolectar en el II cuatrimestre del 2012 con colaboradores que trabajen en empresas de servicios, los cuales desarrollen programas de RSE. Esta investigación se realizará únicamente con fines universitarios.

La función desempeñada por los colaboradores a la hora de desarrollarse programas de RSE en las empresas es de suma importancia, ya que éstos son los que hacen que las empresas crezcan y se posicionen dentro del mercado laboral costarricense.

## Revisión bibliográfica

La evolución de la Responsabilidad Social Empresarial ha ido cambiando durante los últimos años, ya que se han desarrollado nuevas tendencias sobre gestión organizacional; algunas motivadas por los cambios climáticos, otras por la presión de asociaciones y organismos no gubernamentales (ONG), algunas por consumidores más informados y proactivos, y en conjunto por sociedades involucradas en el manejo que las empresas y gobiernos le dan a los recursos de sus países y del mundo (Álvarez, Rodríguez y Abreu, 2010).

Las primeras iniciativas de RSE se remontan al año 1943 con el Credo de Johnson & Johnson, compañía pionera en incorporar una perspectiva más profunda dentro de su responsabilidad como negocio en Estados Unidos, más allá de la manufactura y el mercadeo de sus productos. A través del Credo Johnson & Johnson se introduce mediante una nueva filosofía industrial en la cual define la responsabilidad de la empresa hacia sus clientes, empleados, comunidad y públicos de interés (Prado y Flores, 2004). Por otro lado, una de las primeras organizaciones pioneras en materia de Responsabilidad Social Empresarial en Costa Rica y América Latina fue la Asociación de Empresarios para el Desarrollo –AED (Reffico y Ogliastri, 2009).

En ese sentido, las empresas, en especial las multinacionales, han tenido que comprender que la globalización no solo es un fenómeno comercial o financiero, sino que contiene dimensiones de transformación social de mayor alcance (Prado y Flores, 2004). El concepto de la responsabilidad social de la empresa ha tenido un acelerado desarrollo en las últimas décadas, como consecuencia de la intensificación de la globalización, la explosión de los medios informativos y las redes sociales, y el surgimiento de las grandes economías emergentes, donde ha crecido significativamente la producción de bienes y servicios, que en ocasiones son producidos en condiciones de desatención a los derechos laborales y al medio ambiente que luego se consumen en países desarrollados (Vives y Peinado, 2011).

Se puede argumentar que la responsabilidad social empresarial es parte de la construcción de cultura, identidad e imagen corporativa, por lo tanto, se constituye en una variable fundamental en el desarrollo de los activos intangibles y apuntala la reputación y confianza de las organizaciones para favorecer sus objetivos de negocio (Briceño, Mejías

y Moreno, s.f.). Las prácticas responsables pueden representar una ventaja comparativa para la empresa, no solamente por la diferenciación y el favor que los consumidores y compradores le den a los productos producidos en forma responsable, sino que muchas prácticas responsables son más eficientes (Vives y Peinado, 2011).

En ese sentido, “el núcleo de una conducta empresarial socialmente responsable lo constituye el compromiso de los propietarios, directores, gerentes y empleados de las empresas. Los accionistas y altos directivos de las compañías son los primeros llamados a impulsar iniciativas de RSE en sus organizaciones, y paralelamente desarrollar la cultura de responsabilidad social entre sus colaboradores” (Prado, y Flores, 2004). Sin embargo, la empresa que dice asumir sus principios no puede proclamar que el objeto de su interés y preocupación fundamental son sus trabajadores, cuando al mismo tiempo no los reconoce como sujetos de derechos, no incorpora sus intereses en el proyecto de la empresa, mantiene un clima interno inapropiado (FUNDEMÁS, 2007).

La responsabilidad social de la empresa es un término que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, tanto nacionales como internacionales, que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos (FUNDEMÁS, 2007). Sin embargo, los primeros en impulsar las iniciativas de RSE son los accionistas y altos directivos de las compañías en sus organizaciones y, paralelamente, a desarrollar la cultura de responsabilidad social entre sus colaboradores (Prado, Ogliastri, Flores y Pratt, 2005).

Para la RSE, el concepto de ambiente laboral coloca el acento en el factor humano o, si se quiere, en la humanización de los ambientes laborales, lo cual requiere de un cambio cultural de envergadura (Espinosa, 2001). Bajo esta premisa, se debe entender el ambiente laboral como “el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta, las satisfacción y la productividad” (FUNDEMÁS, 2007).

La gestión humana está trascendiendo su papel instrumental para convertirse en un apoyo para la competitividad de las organizaciones y uno de los aspectos en que tiene que apoyar a la empresa es en el cumplimiento de responsabilidad social (Caderón,

Álvarez y Navarro, 2011). Por ello, las prácticas de RSE en el tema de ambiente laboral son diversas y las organizaciones están considerando el proceso que implica un trabajo planificado en forma continua y sistemática (FUNDEMÁS, 2007). Los colaboradores pueden ser considerados como clientes internos a quienes la empresa vende “productos de trabajo”, cuyas características incluyen responsabilidades, salarios y beneficios sociales (Lieber, 2011). Para ello, afirma Andreas Lieber (2011) que el desafío central está en cómo diseñar la estrategia de RSE para que ésta sea la más atractiva para los colaboradores.

Según Andreas Lieber (2011), cuatro obstáculos limitan frecuentemente el beneficio de las actividades RSE para los empleados, entre ellos están: enfoque *top-down* en la RSE, falta de conciencia e involucramiento en las actividades RSE por parte de los empleados, entendimiento limitado de cómo las actividades RSE contribuyen a satisfacer las necesidades de los empleados y, por último, la falta de entendimiento de cómo la satisfacción en el trabajo contribuye al éxito empresarial. Para ello, la alta dirección de las empresas deberían de liderar el proyecto y realizar un cambio cultural dentro de las compañías, sin embargo, los cambios culturales son complejos y requieren tiempo para consolidarse, pues son la última etapa en los cambios en las organizaciones (Vives y Peinado, 2011).

La implementación de prácticas de RSE por parte de una masa crítica de empresas puede contribuir a mejorar el clima de negocios e impulsar el desarrollo de una zona geográfica específica (Prado, Ogliastrri, Flores y Pratt, 2005). Por ende, la acción empresarial en la sociedad y en los mercados globales exige alcanzar altos niveles de competitividad, que dentro de un marco de desarrollo sostenible, debiera ir acompañada de una mayor solidaridad y visión ética (Prado, y Flores, 2004).

La integración de la RSE en la estrategia del negocio, la medición y seguimiento, y el desarrollo de alianzas son elementos claves para alcanzar la implantación exitosa del modelo (Prado, Ogliastrri, Flores y Pratt, 2005). Por causa de lo anterior, la estrategia debe enfocarse en las necesidades de los empleados, involucrarlos en las actividades de RSE y fomentar su identificación con la empresa (Lieber, 2011).

Por consecuencia, la comunicación es parte de la responsabilidad social de las empresas y debería ser esencial para poder dar a conocer la estrategia a sus colaboradores correctamente, además de comunicar su realidad a las distintas audiencias, tanto internas

como externas y a la opinión pública en general (Briceño, Mejías y Moreno, s.f.). Una de las claves para que las empresas de servicios puedan aumentar su credibilidad sobre el concepto de RSE en los medios de comunicación es llevar adelante una concepción periodística de la RSE que esté en los cimientos de los contenidos y que obedezca a las reglas básicas de la prensa, tales como cotejar diversas fuentes y poner la información en contexto (Vives y Peinado, 2011).

La eficacia de la comunicación interna depende no solo de la información que se transmite, sino que tiene que ver con la lealtad generada, el reconocimiento que hace a su personal, las emociones, las ilusiones y los sueños de realización personal y colectiva que comparte; es crear espacios internos que hagan posible una motivación permanente. Todo ello, se refleja en el clima interno, en la conducta y en la responsabilidad personal de cada colaborador (Vives y Peinado, 2011).

## **Marco metodológico**

Dados sus objetivos y necesidades, la investigación se consideró de carácter cuantitativo, pues “este enfoque usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández, Baptista, 2008).

Además, se empleó la encuesta como método de recolección de la información y como fuente primaria de la investigación para la recolección de datos. Por medio de los resultados reflejados en ella, se logró un análisis de la información y así lograr el objetivo planteado. La encuesta se les aplicó a 67 personas, las cuales forman parte de la población del Gran Área Metropolitana, la mayoría con estudios universitarios finalizados, de ambos géneros, de todos los estratos sociales, solteros o casados y que trabajaran en empresas de servicios donde hubiera planes de Responsabilidad Social Empresarial, la cual representa la característica más importante.

La encuesta está compuesta por 6 preguntas cerradas con el fin de delimitar los conocimientos que tienen los encuestados sobre el tema. Al mismo tiempo, posee 2 preguntas mixtas donde los encuestados tuvieron la opción múltiple, en la cual tenían la oportunidad de realizar comentarios y observaciones adicionales con el fin de aportar aspectos relevantes a la investigación. La encuesta se desarrolla de manera secuencial,

pues sigue un orden específico que entrelaza los temas entre sí, brindándole fluidez al desarrollo del cuestionario.

Dicha encuesta tuvo una duración de cinco a diez minutos aproximadamente en donde se les explicó el uso de ésta, así como la importancia de realizarla y su confidencialidad.

Se realizaron pre *testeos* cognitivos a 10 personas para probar la efectividad, la redacción, las instrucciones y la introducción que tuvo el cuestionario. Esto demostró que éste era claro y simple de entender, lo cual redujo la posibilidad de sesgo tanto del encuestado como del encuestador. El nivel de confianza fue de un 60%, con un margen error de un 6%. El pre-testeo cognitivo se le realizó a 7 individuos del Gran Área Metropolitana y trabajadores de empresas de servicios en las cuales se desarrollaran planes de RSE tanto en empresas públicas como privadas.

La muestra fue respondida por las 67 personas encuestadas y fue aplicada a través de *Survey Monkey*. Todos respondieron por este medio, ya que es una herramienta de fácil acceso en Internet. La mayoría de personas entrevistadas trabajan en empresas privadas de servicios. Sin embargo, no hubo diferencias en cuanto a las respuestas de las personas que laboran en empresas públicas y privadas, pues los resultados fueron similares.

Los resultados de la encuesta se presentarán en forma de gráficos, ya que éstos proporcionan una facilidad para expresar en términos sencillos los resultados, visualizar los datos de una manera más rápida, así como establecer los valores de cada uno de ellos. Ello permitiría realizar un análisis de mayor profundidad y brindar recomendaciones con más contenido.

Debido al tipo de investigación que se realiza y por ser una muestra no probabilística y aleatoria, los resultados podrán verse afectados por un margen de error alto y un mínimo nivel de sesgo.

Además de esto, algunas de las limitaciones que se podrán encontrar en esta investigación se relacionan con aspectos de tipo temporal, geográfico, económico y material.

## Tabulación

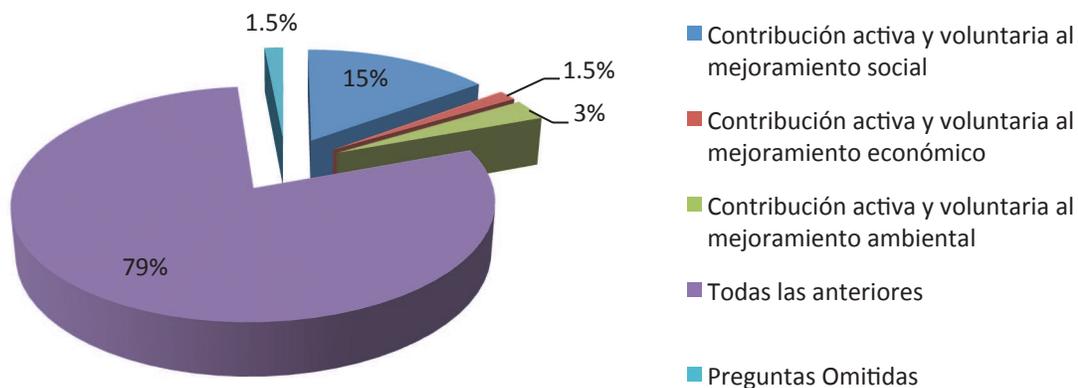
1) ¿A partir de las siguientes opciones, cuál cree usted que es la definición de RSE?

Figura 1: Definición correcta de RSE

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Contribución activa y voluntaria para el mejoramiento social	10	15%
Contribución activa y voluntaria para el mejoramiento económico	1	1.5%
Contribución activa y voluntaria para el mejoramiento ambiental	2	3%
Todas las anteriores	53	79%
Preguntas omitidas	1	1.5%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Figura 1: Definición correcta de RSE



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

La mayoría de los encuestados (79%) afirma que la definición correcta de RSE son todas las anteriores, por tanto, dicha respuesta fue certera. El 21% restante tiene un conocimiento de lo que es RSE, pero no lo tienen del todo claro, lo cual podría ser debido a la falta de comunicación en las empresas o porque solo realizan actividades de RSE de cierto tipo, por lo tanto, piensan que la RSE se relaciona solo con el abordaje conocido por ellos.

- 2) ¿Considera usted que las empresas de servicios en Costa Rica deberían de contar con planes o programas de RSE?

Figura 2: Las empresas de servicios deben contar con programas de RSE

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	67	100%
No	0	0%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

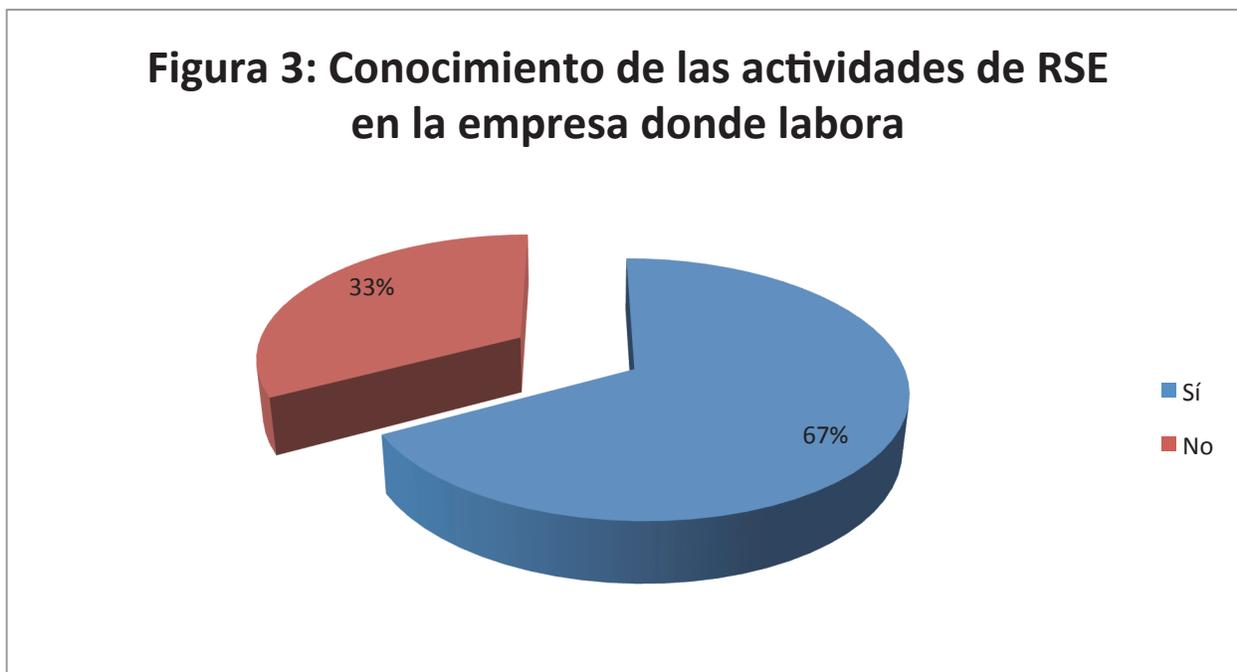
El 100% de los encuestados afirma que las empresas de servicios de Costa Rica deben contar con programas de Responsabilidad Social Empresarial. Las empresas deberían de tomar en cuenta este resultado, ya que los colaboradores lo están indicando en la encuesta. Esto podría generar una buena imagen ante la sociedad y también podría tener al personal motivado, lo cual haría de la empresa una buena opción en el mercado laboral costarricense.

3) ¿Está usted enterado de las actividades de RSE que realiza su empresa?

**Figura 3: Conocimiento de las actividades de RSE en la empresa donde labora**

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	45	67%
No	22	33%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Un 67% de los encuestados afirma que conoce las actividades de RSE que realiza la empresa donde laboran. Mientras tanto, solo un 33% dice no conocer dichos programas, lo cual podría causar que en las empresas exista confusión y desconocimiento entre los empleados acerca de los planes de RSE implementados. Uno de los motivos de esta situación podría ser la falta de comunicación que está teniendo la compañía hacia sus colaboradores, ya que tal vez no lo están divulgando de la mejor manera o se produzca una errónea implementación de esta estrategia.

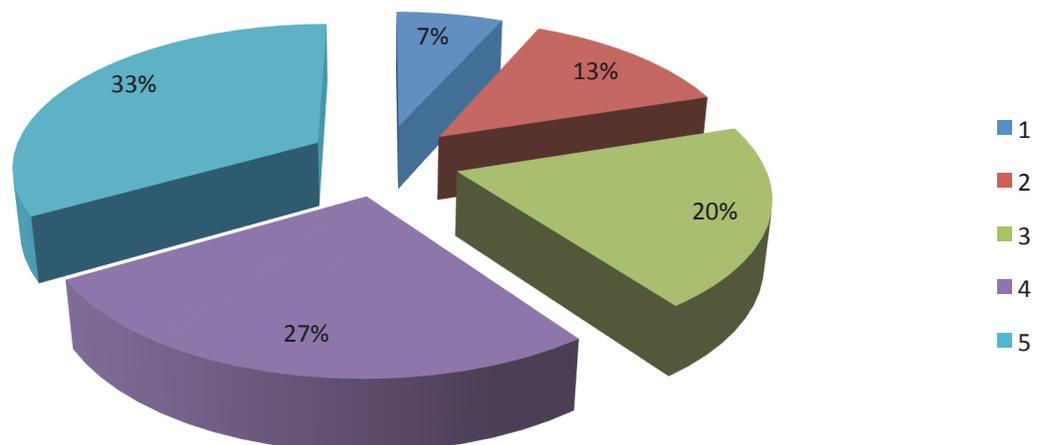
- 4) Con base en la escala del **1** al **5**, donde **1 es menos importante** y **5 la más importante**, indique qué tan relevante es para usted contar con programas de RSE en su empresa.

Figura 4: Relevancia de contar con programas de RSE (1 menos importante al 5 más importante)

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	1	7%
2	2	13%
3	10	20%
4	12	27%
5	42	33%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Figura 4: Relevancia de contar con programas de RSE (1 menos importante al 5 más importante)



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Un 60% (33% + 27%) de los encuestados afirma que para ellos es sumamente importante que las empresas de servicios cuenten con programas de RSE. Ello puede deberse a que ellos quieren proyectar una buena imagen ante la sociedad o simplemente que los hace sentirse bien con ellos mismos al contar con este tipo de proyectos.

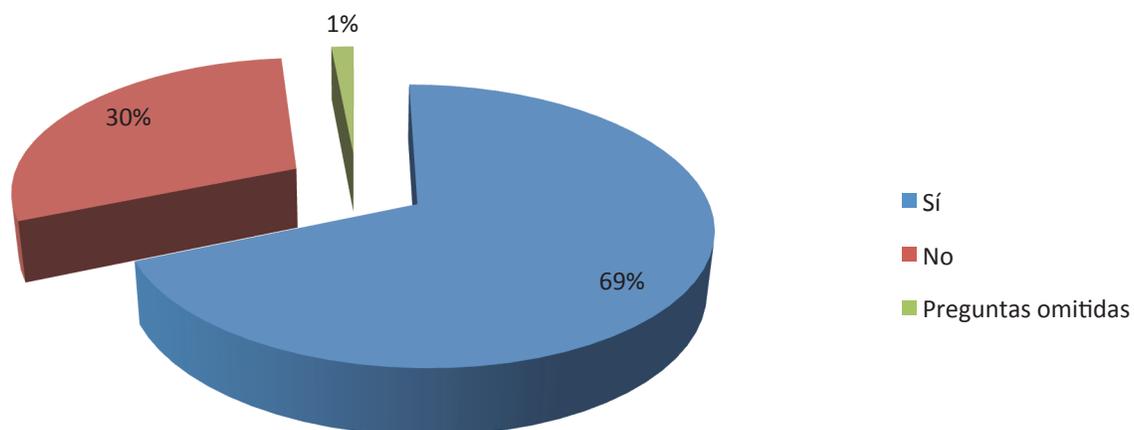
5) ¿Considera usted que las personas encargadas de elaborar programas de RSE toman en cuenta su opinión?

Figura 5: Consideración de la opinión de los colaboradores en la realización de programas de RSE

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	46	69%
No	20	30%
Preguntas omitidas	1	1%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

**Figura 5: Consideración de la opinión de los colaboradores en la realización de programas de RSE**



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Un 69% de los encuestados dice que sí se toma en cuenta su opinión a la hora de elaborarse programas de RSE, mientras que un 30% argumenta que no son escuchados. Las empresas que implementen este tipo de programas deberían escuchar a sus colaboradores e incentivarlos a que opinen para que se sientan parte de éstos, sino los colaboradores podría ser que no se sientan motivados a participar y no se identifiquen con dichos planes.

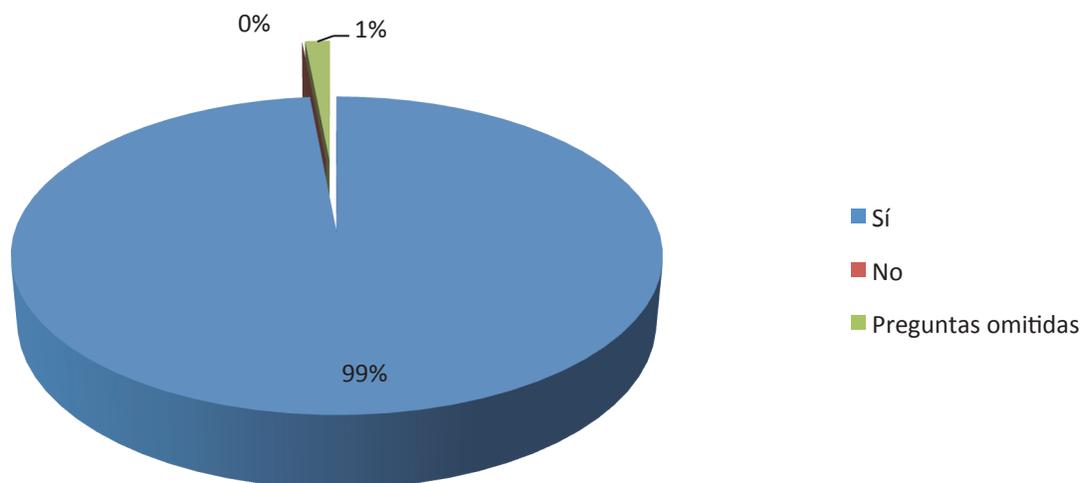
6) ¿Considera necesario que los colaboradores estén motivados para participar en programas de RSE?

Figura 6: Deben los colaboradores estar motivados para participar en programas de RSE

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	66	99%
No	0	0%
Preguntas omitidas	1	1%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Figura 6: **Deben los colaboradores estar motivados para participar en programas de RSE**



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

El 99% de los encuestados afirma que los colaboradores necesitan estar motivados para realizar actividades de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa. Las compañías deberían valorar la forma en cómo mantener a sus colaboradores motivados para que éstos participen. Otro de los factores podría ser la motivación interna, ya que podría ser que los que trabajan en las empresas de servicios se sientan bien con ellos mismos al realizar este tipo de proyectos.

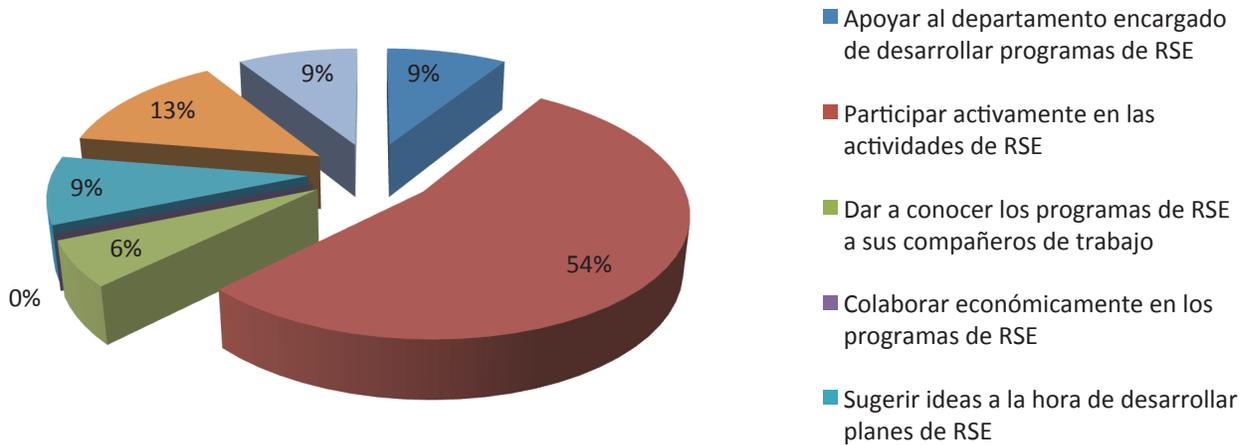
- 7) ¿Cuál considera usted que debería ser el rol que deben de tomar los colaboradores a la hora de que se desarrollen programas de RSE en la empresa? Marque la opción que usted considere más importante.

Figura 7: Rol de los colaboradores en la realización de programas de RSE

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Apoyar al departamento encargado de desarrollar programas de RSE	6	9%
Participar activamente en las actividades de RSE	36	54%
Dar a conocer los programas de RSE a sus compañeros de trabajo	4	6%
Colaborar económicamente con los programas de RSE	0	0%
Sugerir ideas a la hora de desarrollar planes de RSE	6	9%
Incentivar a los compañeros de trabajo a participar en programas de RSE	9	13%
Otro	6	9%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

**Figura 7: Rol de los colaboradores en la realización de programas de RSE**



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

**Figura 7: Rol de los colaboradores en la realización de programas de RSE**

<b>Otros:</b>	
<b>Participar activamente y sugerir ideas a la hora de desarrollarse planes de RSE</b>	1
<b>Participar activamente e incentivar a sus compañeros de trabajo</b>	3
<b>Todas las anteriores</b>	1
<b>Innovación en ideas de RSE y la comunicación de los planes a los públicos de interés</b>	1

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Un 54% de los encuestados afirma que el rol que deben de tomar los colaboradores a la hora de elaborarse programas de RSE es participar activamente en dichas actividades, lo cual podría generarles un tipo de satisfacción al estar ayudando. Un 13% dice que el rol que deben tomar es incentivar a los compañeros de trabajo a participar en dichos programas; un 9% afirma que deben sugerir ideas innovadoras; un 9% considera que debe de apoyar al departamento encargado de la elaboración de programas de RSE. Mientras tanto, un 9% aduce que es otra opción, y un 6% argumenta que deben de incentivar a sus compañeros a participar en dichos programas.

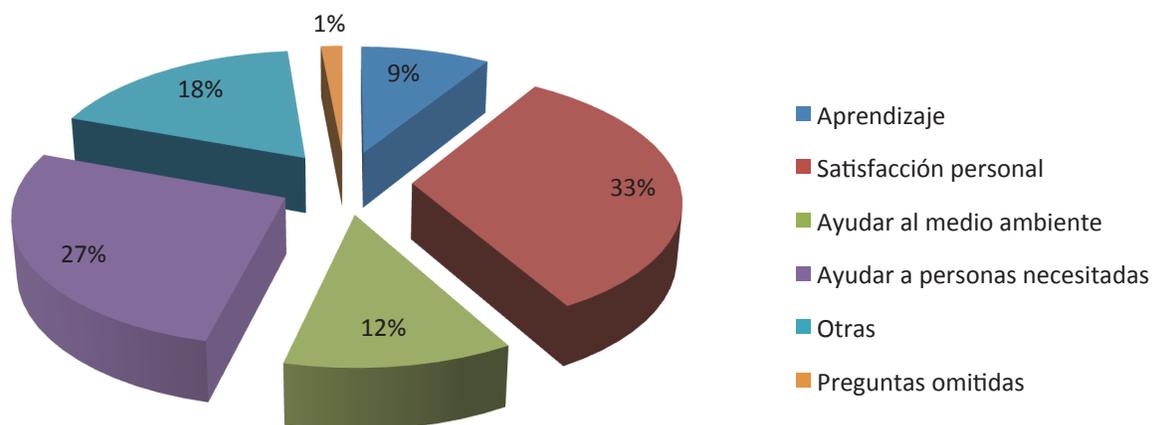
8) ¿Cuál es la principal razón por la cual participa usted en programas de Responsabilidad Social Empresarial?

Figura 8: Principal razón para participar en actividades de RSE

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Aprendizaje	6	9%
Satisfacción personal	22	33%
Ayudar al medio ambiente	8	12%
Ayudar a personas necesitadas	18	27%
Otras	12	18%
Preguntas omitidas	1	1%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Figura 8: Principal razón para participar en actividades de RSE



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Figura 8: Principal razón para participar en actividades de RSE

<b>Otros:</b>	
<b>Todas las anteriores</b>	2
<b>No les gusta participar</b>	2
<b>Excelente ambiente laboral</b>	1
<b>Colaboración con el medio ambiente, satisfacción personal y mejoramiento institucional</b>	1
<b>Colaboración con causas con las que se sienten comprometidos</b>	1
<b>Contrato social</b>	1
<b>Deber como ciudadano</b>	1
<b>Retribución al medio ambiente y a la comunidad</b>	1
<b>Es importante, ya que desarrolla RSE de triple utilidad</b>	1
<b>Ayuda en general</b>	1

Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en la información proporcionada por personas que laboran en empresas de servicios que cuentan con programas de RSE

Un 33% de los encuestados afirma que la principal razón por la cual participa en actividades de RSE es por satisfacción personal. Las otras opciones van ligadas con la satisfacción personal, ya que les genera algún tipo de complacencia. Se podría decir que las personas realizan este tipo de proyectos debido a que esto los hace sentirse mejores. Las empresas deberían de tomar en cuenta la aplicación de este tipo de programas para motivar al personal, ya que los individuos al realizar acciones que les generan algún tipo de satisfacción, podrían aumentar su productividad y su eficiencia dentro de la compañía.

## Conclusiones y recomendaciones

De acuerdo con las encuestas realizadas, el 79% de los encuestados sí conocen el concepto correcto de Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, un 15% de los consultados afirmó que era la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, el resto de los encuestados dice que es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento económico, y otros al ambiental.

La razón del desconocimiento de la correcta definición de RSE puede ser la falta de comunicación que tienen los colaboradores por parte de los encargados de realizar dichos programas, ya que un 33% no conoce actualmente las actividades implementadas en la empresa. La mayoría de empresas de servicios presentes en el mercado laboral saben lo importante que es contar con programas de RSE tanto para ellos como para el país, por lo tanto, deberían concientizar a su personal y educarlo a que participe en dichos programas.

Costa Rica ha hecho pública su meta de buscar que nuestra nación compense la totalidad de sus emisiones de carbono y se convierta en el primer país carbono neutral del mundo en el año 2021, lo cual conlleva a que las empresas se comprometan con contar con programas de RSE. En ese sentido, no se puede lograr la neutralidad de carbono sin que haya una mejora significativa en la calidad de vida y un avance tecnológico importante.

Por otro lado, el 100% de los consultados respondió que las empresas de servicios de Costa Rica deberían contar con programas de Responsabilidad Social Empresarial con el fin de poder contribuir con el mejoramiento ambiental, social y económico del país.

Al consultarle a todos los encuestados sobre qué tan importante es contar con dichos programas de RSE dentro de las empresas de servicios, un 33% respondió que para ellos es muy relevante, mientras que solo un 7% dijo que no tenía ninguna importancia contar con dichos programas. Esto puede deberse al desconocimiento de las actividades que realiza la empresa o a la falta de comunicación por parte de la compañía, pues no le indica la importancia que tiene el contar con proyectos de RSE. Este 7% debería ser de gran relevancia, pues se supone que las personas que están laborando dentro de las empresas asistieron a la universidad, en donde últimamente se les ha estado inculcando a los estudiantes la importancia de ser responsables socialmente.

Otro de los problemas que puede haber dentro de una empresa es la desmotivación por parte de los colaboradores en participar en programas de RSE. Por lo tanto, los departamentos que generen dichos programas deben investigar cómo motivar a su personal, ya que un 99% de los consultados respondió que sí necesitan estar motivados para participar en estas actividades.

Por otro lado, deberían de tomar en cuenta la opinión, las sugerencias o las ideas de los empleados a la hora de desarrollar programas de RSE, ya que el 30% de los encuestados

afirma que no son escuchados ni tomados en cuenta a la hora de realizar dichos proyectos. Actualmente en el mercado laboral, la comunicación es sumamente importante entre un colaborador y los que dirigen la compañía. El intercambio de ideas y de información es la savia vital de cualquier organización, por lo tanto, la comunicación tiene que ser un aspecto importante para que los colaboradores se sientan incluidos y motivados para realizar actividades de RSE.

Al preguntarle a los encuestados el rol que deben de tomar a la hora de que se elaboran programas de Responsabilidad Social Empresarial, un 54% afirmó que debe participar activamente en dichas actividades, mientras que un 13% dice que el rol es incentivar a los compañeros de trabajo a participar en dichos programas. Además, un 9% afirma que debe de sugerir ideas innovadoras; un 9% considera que debe de apoyar al departamento encargado de la elaboración de programas de RSE; y un 6% considera que debe de incentivar a sus compañeros a participar en dichos programas.

Otros de los roles planteados fueron participar activamente y sugerir ideas a la hora de desarrollarse planes de RSE, además proponer ideas innovadoras para que estos programas sean más creativos a la hora de implementarse. Además de esto, un 33% de los encuestados afirmó que la principal razón por la cual participan en actividades de RSE es por satisfacción personal; un 27% indicó que lo hace para poder ayudar a personas necesitadas; un 12% para ayudar al medio ambiente; y un 9%, por aprendizaje propio.

Según los encuestados, otras de las razones por las cuales participan en los programas que las empresas implementan en temas de Responsabilidad Social Empresarial son el deber como ciudadano, la ayuda en general, la retribución al medio ambiente y a la comunidad, y el generar un excelente ambiente laboral, entre otras.

Por consiguiente, se puede concluir que la mayoría de personas sí están enteradas de la Responsabilidad Social Empresarial y que todas las empresas de servicios de Costa Rica deberían contar con algún departamento o ciertos programas para poder brindar retribuciones a la sociedad, al medio ambiente y a la economía del país.

Además de esto, los colaboradores desempeñan una función muy importante a la hora de desarrollarse programas de RSE, por lo tanto, las empresas de servicios tienen que comunicarle a todo el personal las actividades que se están llevando a cabo para que

ellos pueden aportar, ya sea con ideas innovadoras, apoyando al departamento encargado, participando activamente en dichos proyectos e incentivando a sus compañeros a que asistan a los programas de responsabilidad social empresarial.

Debido a lo anteriormente explicado, los encargados de elaborar los proyectos de RSE actualmente en el mercado laboral deben motivar a su personal para que participen en ellos y explicarles la importancia que tiene para una empresa y para sus colaboradores el contar con planes de RSE.

Como consumidores, es importante que se conozca el concepto actual de RSE que implica que las organizaciones deben hacerse responsables por las decisiones que toman y por sus actividades. Por ende, al ser conscientes de ello podemos exigir más como clientes, lo cual provocará que más empresas se adhieran a este concepto dentro del mercado laboral costarricense.

En la actualidad, falta mucho trabajo por hacer, aunque un 100% cree que las compañías deberían de contar con programas de RSE. Algunas empresas han asumido la tarea de educar a sus propios consumidores, pero esto debería promoverse desde las familias y centros de educación. Por ende, se debería sensibilizar más sobre el tema y evidenciar la importancia de consumir de manera responsable.

Por otro lado, los trabajadores son los primeros embajadores de sus propias organizaciones, por tanto, deberían estar completamente enterados de los compromisos que sus empresas han asumido y convencidos de que los cumplen para que sean ellos quienes expresen opiniones positivas acerca de su lugar de trabajo. Lo ideal es que participen de todas las actividades que desarrolla la empresa y aporten sus conocimientos, su tiempo y otros recursos.

Las empresas y sus colaboradores deben divulgar más lo que hacen. Además, la prensa debe dar a conocer casos de buenas prácticas, y como colaboradores debemos tomar un rol más crítico para reconocer los buenos ejemplos y denunciar los que no son tan buenos para así educar a los próximos profesionales dentro del mercado laboral costarricense.

## Referencias bibliográficas

Álvarez, J.G., Rodríguez, M. P. y Abreu, J.L. (2010). *Gestión de Responsabilidad Social: Análisis comparativo de enfoques, tendencias e indicadores*. Recuperado de <http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp>.

Briceño, S., Mejías, I. y Moreno, F. (s.f.) *La Comunicación Corporativa y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Recuperado de <http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp>.

Burman, M. (2011). *La dimensión social del empresario*. En J.M. Fernández (Ed.), *El libro de los proyectos de RSE en América Central y el Caribe* (p.5). San José, Costa Rica: Grupo Cerca.

Caderón, G., Álvarez, C. y Navarro, S. (2011). *Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial*. Recuperado de [http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp?tab\\_tab\\_group\\_id=\\_2\\_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D\\_4334\\_1%26url%3D](http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_2_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D_4334_1%26url%3D).

Espinosa, M. (2001). *Calidad de vida en el trabajo: Reflexiones en torno a la inseguridad y el malestar social*. Temas Laborales N° 18. Ministerio del Trabajo. Santiago, Chile.

Fonti, L. y Suárez, E. (2008). *La auditoría y la responsabilidad social y ambiental empresaria en entes con sistemas de información integrados (ERP)*. Recuperado de <https://ojs.econ.uba.ar/ojs/index.php/Contyaudit/article/view/76>.

FUNDEMÁS (2007). *El buen empleador*. San Salvador, El Salvador, Centro América: Artes Gráficas Publicitarias, S.A.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2008). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. D.F, México: McGraw- Hill Interamericana.

Herrera, J., Morataya, J.P. y Monroy, G. (2008). *Prólogo*. Indicarse. Guatemala, Guatemala: JL. Sistemas de impresión.

Lieber, A. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para la gestión de Recursos Humanos*. Recuperado de [http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion\\_170\\_151111\\_es.pdf](http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_170_151111_es.pdf).

Loaiza, V. y Díaz, L.E. (s.f.) *Costa Rica está lejos de cumplir meta de ser carbono neutral*. Recuperado de <http://www.nacion.com/Generales/Subsitios/AldeaGlobal/2011/DiaMundialdelAmbiente/NotasSecundarias/Subsitios2798666.aspx>.

Martínez, P. (2011). *La dimensión social del empresario*. En J.M. Fernández (Ed.), El libro de los proyectos de RSE en América Central y el Caribe (p.5). San José, Costa Rica: Grupo Cerca.

Morataya, J.P. y Monroy, G. (2008). *Introducción*. Indicarse. Guatemala, Guatemala: JL Sistemas de impresión.

Reffico, E. y Ogliastri, E. (2009). *Empresa y sociedad en América Latina: una introducción*. Recuperado de <http://revistaacademia.uniandes.edu.co/index.php/Cladea/article/view/257/269>

Rogel, H. y Pineda, M. S. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial*. Centroamérica: Integrarse.

Prado, A. y Flores, J. (2004). *Marco lógico y conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica*. San José, Costa Rica: INCAE.

Prado, A., Ogliastri, E., Flores, J. y Pratt, L. (2005). *¿Cómo desarrollar un modelo de responsabilidad social empresarial? La experiencia del octágono en Costa Rica*. Recuperado de <http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp>.

Pricewaterhauscoopers (2003). *Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado de <http://s374892469.onlinehome.fr/wp-content/uploads/2011/07/Informe-resultados-RSC-CR.pdf>.

Vives, A. y Peinado, E. (2011). *La Responsabilidad Social de la empresa en América Latina*. Washington D.C, Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.