



Escuela de ingeniería industrial

Seminario de Graduación

Prácticas y Tendencias Actuales de
Responsabilidad Social
Belcorp

Integrante:

Randall Carmona Gonzalez

Profesor:

Ing. Alfonso Meléndez

III Cuatrimestre 2011

Indice

A

Alcance, 4
Alcances de la responsabilidad social, 10
Anexos, 31

B

BIBLIOGRAFÍA, 29

C

Competencia:, 21
Conceptos Relacionados a Responsabilidad social, 8
Conclusiones, 25

D

Delimitación del problema, 4
Demostrar acciones de responsabilidad social en otras
empresas a través de una investigación, para tomar
referencia de estudio., 21
Desarrollo, 7
Determinar el impacto de Belcorp en la comunidad y
de sus colaboradores por medio de encuestas, para
base de estudio., 12

E

En cuesta dirigida a la población, 13

G

Generalidades de la empresa., 6

H

Hipótesis, 22

I

Introducción, 4

J

Justificación de Hipótesis:, 22
Justificación del problema., 4

M

Marco Teórico, 6

O

Objetivo General, 5
Objetivos, 5
Objetivos Específicos, 5
Otras definiciones de Responsabilidad social, 8

P

Propuestas, 28

Q

Que no es Responsabilidad social, 8

R

Resultados de encuesta dirigida a Colaboradores
Belcorp, 17

T

Tendencias y prácticas actuales., 11
Teoría de la Responsabilidad Social., 7

Introducción

Delimitación del problema

¿Cuál es el mejor método que puede utilizar BELCORP para contribuir al desarrollo social de la región de Escazú?

Justificación del problema.

La empresa Belcorp establecida hace mas de 7 años en Costa Rica, posee una fundación de índole social en su Corporación en Perú, no obstante sus funciones de la fundación no ha tenido el impacto esperado en el país ya que las personas no conocen de las mismas, esto puede darse ya que la empresa aun no tiene establecido un papel o proyecto claro en lo que responsabilidad social concierne, pese que la empresa ha realizado actividades de ayuda social, estas no son constante ni posee el impacto en el desarrollo social esperado.

Alcance

En esta investigación se da a conocer las claras funciones que tiene la empresa Belcorp en lo que responsabilidad social se refiere, pese que la población aun no posee un amplio conocimiento de sus funciones o proyectos en este tema, la empresa estableció en el país la Fundación Belcorp, cual ha desarrollado varias actividades de obras sociales cual cabe mencionar una de las más destacable como lo es el otorgamiento de becas a niños de escuelas allegadas de escasos recursos para que continúen con sus estudios y así estimular el aporte básico de una mejor sociedad costarricense en el conflicto que posee de deserción educativa.

Belcorp realiza importantes aportes a la ciudadanía dando la oportunidad de crecimiento al mercado de la mujer proporcionándoles herramientas, productos de calidad y con gran margen de ganancia, todo esto en una forma integral sea para que las mujeres puedan desarrollarse ellas mismas, crean en si mismas y estimulándolas con capacitaciones, se espera que ellas mismas desarrollen sus capacidades como vendedoras y dándoles flexibilidad de compartir con sus familias, por otro lado Belcorp muestra un gran interés de sus activos como son los colaboradores otorgándoles la oportunidad de desarrollo personal en flexibilidad de horario para estudios y proporcionándoles capacitaciones y ferias de la salud, creando así un buen ambiente, estable y el mejor lugar para trabajar.

Objetivos

Objetivo General

Determinar el impacto Real de BELCORP en la sociedad a través de la metodología de investigación para proponer un plan de acción hacia la comunidad en tema de la responsabilidad social

Objetivos Específicos

- Comprender el concepto de Responsabilidad social corporativa recolectando información de estudios previos que permita compartir información sobre las tendencias y prácticas modernas para el buen conocimiento y comprensión del tema.
- Determinar el impacto de Belcorp en la comunidad y de sus colaboradores por medio de encuestas, para base de estudio.

- Demostrar acciones de responsabilidad social en otras empresas a través de una investigación, para tomar referencia de estudio.

Marco Teórico

Generalidades de la empresa.

Belcorp nació como una empresa familiar donde el compromiso, la pasión por crecer, la confianza y camarería fueron sus principales distintivos, que siguen latentes hasta el día de hoy. Su fundador, Eduardo Belmont, continua siendo el Presidente de la compañía, y al mantener un único liderazgo a lo largo de 40 años ha marcado una diferencia, garantizando la coherencia y continuidad de la cultura y aspiración como organización.

Belcorp es una corporación con más de 40 años de experiencia, comprometido con la belleza y la realización personal de la mujer. Posee tres marcas: L'Bel, Esika y Cyzone, llegando de esta forma a millones de mujeres en América Latina a través del modelo de la venta directa. Belcorp está presente en 15 países y cuenta con más de 8500 colaboradores.

Visión:

“Ser la compañía que más contribuyen a acercar a la mujer a su ideal de belleza y realización personal.”

Misión:

“Creemos en la mujer. Reconocemos su espíritu emprendedor y fortalecemos su capacidad para transformar su vida y su entorno.”

La inversión social a través de la Fundación Belcorp, impulsando el emprendurismo de la mujer y a través de la educación, con el fin de promover una mejora social.

Desarrollo

Teoría de la Responsabilidad Social.

Entendemos como responsabilidad Social según Norma ISO 26000:2010, “como responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que, contribuye al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.

Cabe mencionar que al mes de Enero se considera como el mes de la Responsabilidad Social, Ya que en Enero Inteco hará presentación de la norma no certificable.

La firma Deloitte dio a conocer algunos datos muy interesantes respecto a la situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Costa Rica. A través del documento “Barómetro de empresas LATCO, Costa Rica número 2”, Deloitte obtuvo información de parte de 176 ejecutivos de empresas que dan trabajo a más de 40000 personas en nuestro país.

Una de las preguntas en la encuesta fue sobre el tema de RSE. Ante la consulta “¿qué nivel de desarrollo presenta su empresa en materia de Responsabilidad Social Empresarial?”, el 40,6% de los ejecutivos reconoció contar con algún programa de RSE entorno a la comunidad. Asimismo, el 35,3% de los 176 encuestados, indicó que cuentan con programas estructurados de RSE vinculados a su giro de negocio, es decir, un enfoque RSE dentro de su estrategia empresarial.

Por último, el 21,1% de los entrevistados dijo que, a pesar de conocer el tema RSE, aun no han implementado acciones en sus empresas.

Otras definiciones de Responsabilidad social

“La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa a contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de la colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”

World Business Council for sustainable Development (WBCSD)

“responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, la comunidad, y el ambiente”. (PWBLF)

“La responsabilidad social va mas allá del mero cumplimiento de normas establecidas y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo de estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda organización, creando en largo plazo y contribuyendo a la obtención de ventajas competitivas duraderas.”
(AECA)

Que no es Responsabilidad social

- La RSE no es la actualización de un mensaje filantrópico de las empresas de financiar acciones sociales.
- La RSE no es una certificación ni una herramienta de marketing
- LA RSE no es solo acción social. La acción social es solo un elemento más de la RSE, pero debe estar incorporada a una visión amplia de la misma, “Las empresas socialmente responsable, tienden a realizar accion social, pero no todas las que realizan acción social, son empresas socialmente responsables.
- La RSE no supone un nuevo ámbito normativo, ni puede entenderse excluyente del cumplimiento de obligaciones legales existente.

Conceptos Relacionados a Responsabilidad social

Responsabilidad: En primer lugar, es necesario distinguir dos aspectos fundamentales que se enmarcan dentro del término Responsabilidad. Por un lado, el concepto de Responsabilidad hace referencia a la idea de “dar cuentas” (accountability). Las empresas se ven Obligadas a ser cada vez más transparentes en la información que Ofrecen a la sociedad en relación con sus prácticas y formas de gestionarse. Esta idea da respuesta a la exigencia de transparencia que la sociedad en su conjunto exige en la actualidad con mayor fuerza a las empresas.

Por otro lado, el término Responsabilidad hace referencia a “dar respuesta” (responsability) a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa. La empresa es una institución social que, como tal, igual que el resto de instituciones sociales, necesita estar legitimada socialmente para seguir manteniendo su papel en la sociedad y, por tanto, para perdurar en el tiempo. Esta legitimidad la alcanza la empresa dando respuesta a lo que la sociedad espera de ella y asumiendo los valores y pautas de comportamiento que la propia sociedad le marca. De esta forma, la empresa genera confianza, valor clave para que la empresa sea un proyecto de largo plazo.

Desarrollo sostenible: “un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente, sin poner en riesgo la capacidad de generación futuras para atender sus propias necesidades”

Stakeholders (Grupos de interés): “conjunto de los colectivos que pueden ser afectados por una organización o sus actividades, o tener incidencias sobre ellas” por ejemplo: sociedad(trabajadores asociaciones), economía (clientes , ciudadanos) y medioambiente.(asociaciones sin fines de lucro, consumidores)

Alcances de la responsabilidad social

La responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema, en el país ninguna es certificable.

Orientar los esfuerzos de la empresa solamente a producir resultados basados en las teorías de producir y vender más con el mínimo costo sin importar el impacto social, es a lo largo del tiempo, el peor negocio del sector productivo que busca la rentabilidad. La estrategia actual y sus esperados beneficios, con dicha posición, puede ser mañana el motivo de su fracaso.

La responsabilidad social de la empresa abarca aspectos internos y externos, los que se han sido objeto de tratado por expertos en el tema, los primeros orientados a los colaboradores o el equipo de trabajo, sus asociados y accionistas, y los segundos, los externos a clientes, proveedores, familia de los trabajadores, la vecindad y el entorno social, entre estos el medio ambiente. Antes de profundizar más sobre el tema, es preciso recordar que los objetivos empresariales de la empresa actual, están enfocados a lograr mayor competitividad y productividad, se tiene que buscar un equilibrio entre las dos mencionadas y aportando en acciones a la sociedad.

DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La responsabilidad Social Empresarial es un compromiso que contempla tres perspectivas, la social, la económica y la medioambiental



Fuente: <http://www.slideshare.net/roadmap/2-conceptos-definiciones-rse>

Cabe resaltar que al mes de Enero se considera como el mes de la Responsabilidad Social, Ya que en Enero Inteco hará presentación de la norma no certificable.

Tendencias y prácticas actuales.

Ya son menos las empresas con un enfoque liberal a lo que responsabilidad social concierne, cuyo enfoque era el aumentar las ganancias sin pretender asumir alguna obligación o responsabilidades que no le corresponden. Va existiendo una tendencia cada vez más grande de promover el enfoque ético, cual es el tener un desarrollo integral que permita dimensionar la moral equilibrando el criterio económico con la validez que requiere la empresa ante acciones sociales para la población adjunta, sin embargo existen otras empresas que buscan en la colaboración social el solo exponer sus marcas o el nombre de la empresa o hacer creer al consumidor que son responsables, esto se da actualmente tratando de dar a la población la percepción de empresa amistosa con el ambiente cuya realidad es otra esto se puede ver más a detalle en la hipótesis planteada para esta investigación.

Hoy en día existen conceptos muy bien trabajados como es el "Creating shared value" cuyo gran expositor y referente mundial sobre estrategias empresariales el Profesor de Harvard Michael Porter, el expone varias ideologías a desarrollar para la sostenibilidad social y económica de un país, el primero enfatiza sobre la creación de un circulo vicioso entre el capitalismo actual y la sociedad, creando la percepción en la sociedad que las empresas crean valor a su costa

El objetivo de la filosofía de Creación de valor Compartido(CSV) es el la Estrategia articulo y sociedad el vinculo entre ventajas competitiva y responsabilidad social corporativa

- 1) La gobiernos perciben el concepto empresa como algo “malo” que es preciso regular
- 2) Es preciso cambiar la forma de pensar: sustituir el “lo que es bueno para las empresas es bueno para la Sociedad” por “lo que es bueno para la Sociedad es bueno para las empresas”
- 3) Los beneficios de la empresa son buenos en sí mismos, pero no deben ser obtenidos a costa de la Sociedad
- 4) Crear valor a nivel social redundante en la creación de valor económico
- 5) Las empresas deben vender productos que resuelvan problemas reales de la sociedad y no crear productos/ necesidades ficticias
- 6) Hay que pensar en las necesidades reales de la Sociedad actual y a partir de ahí crear servicios/ productos con los que obtener un beneficio económico: crear valor resolviendo problemas reales
- 7) La RSC de una empresa no debe estar basada exclusivamente en las donaciones que realice para distintas ONGs, sino que debe integrar el concepto de “Shared Value” en su cadena de valor, su producto y el cluster en el que se desarrolla su actividad
- 8) Las compañías que en un futuro tendrán mayores ventajas competitivas serán aquellas que resuelvan problemas reales de la Sociedad de una manera justa

El concepto de Porter calza muy bien con la filosofía de Silicon Valley: no busques maximizar tu beneficio como primera meta. Trata de aportar valor al mundo resolviendo problemas reales de la Sociedad y procura hacer este mundo un poco mejor. Si así lo haces, los beneficios económicos llegarán rápidamente.

Determinar el impacto de Belcorp en la comunidad y de sus colaboradores por medio de encuestas, para base de estudio.

Se realizo dos encuestas para tener la percepción de la comunidad de Escazú donde se encuentra actualmente la empresa, con el fin de comprobar el conocimiento sobre la empresa y el impacto que se ha

obtenido con el desarrollo de actividades de acción social en la población, por otro lado se realizó una encuesta para obtener el criterio de los colaboradores.

variables

| | |
|----------------|---|
| N | tamaño de la población |
| — | valor promedio de la variable= 1 |
| Se | error estándar 0.05 para este estudio |
| V _— | varianza de la población igual a cálculo de error estándar (Se) |
| S _— | varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia |
| n' | tamaño de la muestra sin ajuste |
| n | tamaño de la muestra |

$$n' = \frac{s^2}{v^2}$$

| | | |
|----------------|---------------------|--------------------------------------|
| S _— | p(1-) | sustituyendo valores en la fórmula 2 |
| S _— | 0,16 | |
| V _— | (0.05) _— | 0,0025 |

Sustituyendo

| | |
|----|-------------|
| N | 19.198 |
| n' | 64 |
| n | 64 Muestras |

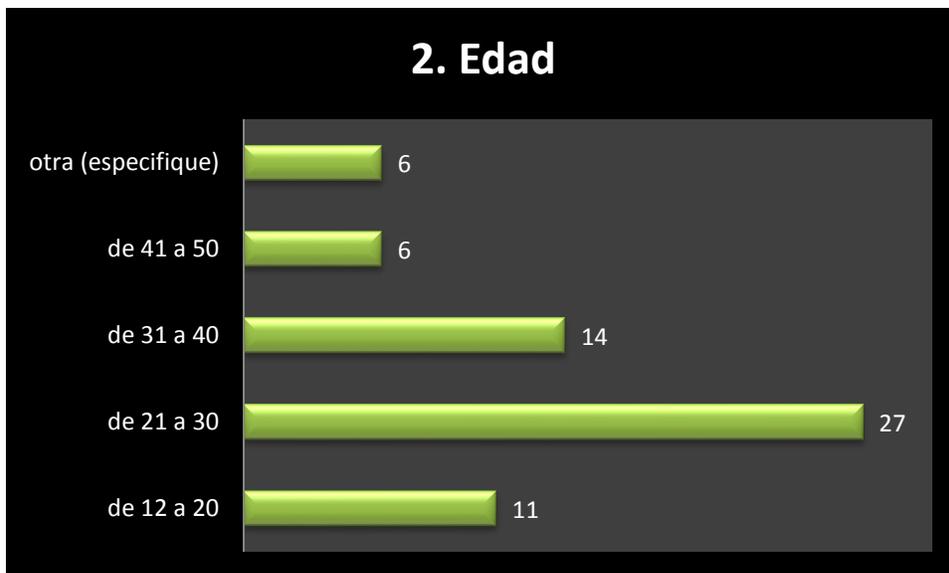
En encuesta dirigida a la población

Figura #1: Genero



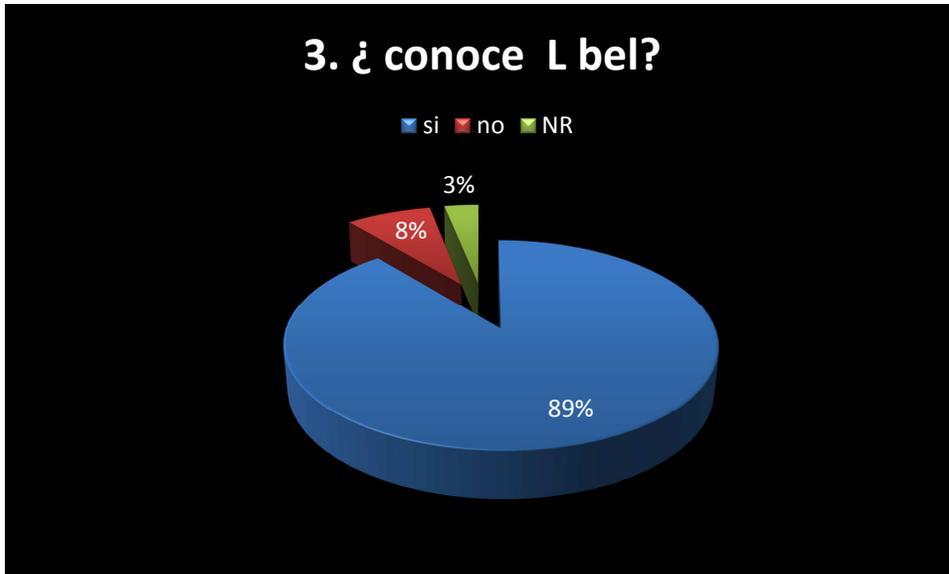
Para la encuesta se realizo en la mayoría por el tipo de mercado que trata de llegar la empresa a la mujer ocupando un 60% de personas entrevistadas.

Figura #2: Edad



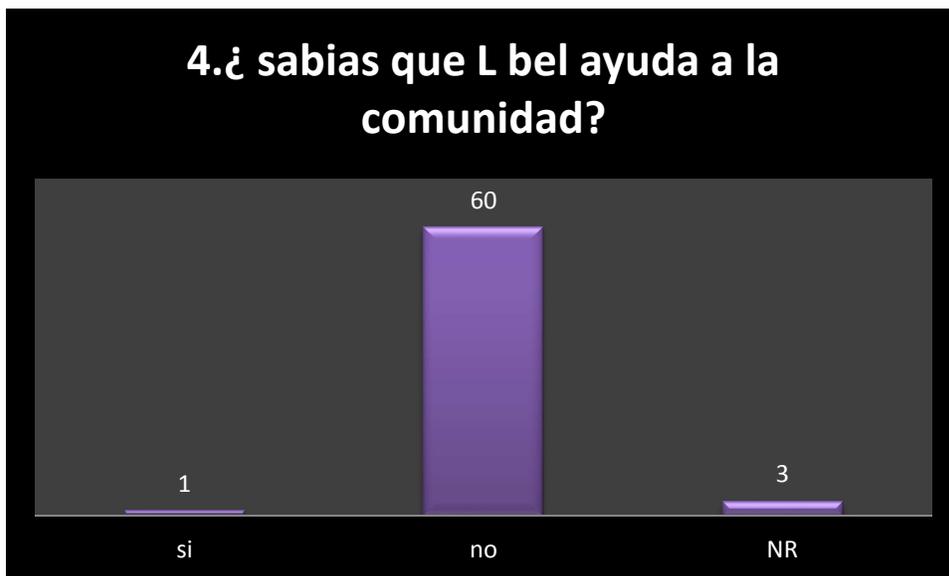
La encuesta se realizo a 27 a personas entre las edades de 21 a 30 años de edad representando un casi 43% de la población entrevistada, seguidamente de un 22% de edades entres 31 a 40 años de edad

Figura# 3: ¿Conoce la empresa Lbel?



En este grafico se puede identificar el conocimiento de la marca de la empresa en la población de un 89% de la población encuestada, si tienen un leve conocimiento de que se dedica la empresa y sus marcas y productos tiene un buen prestigio en la población costarricense aseguran por la calidad que sus productos contienen.

Figura #4: ¿sabías que L bel ayuda a la comunidad?



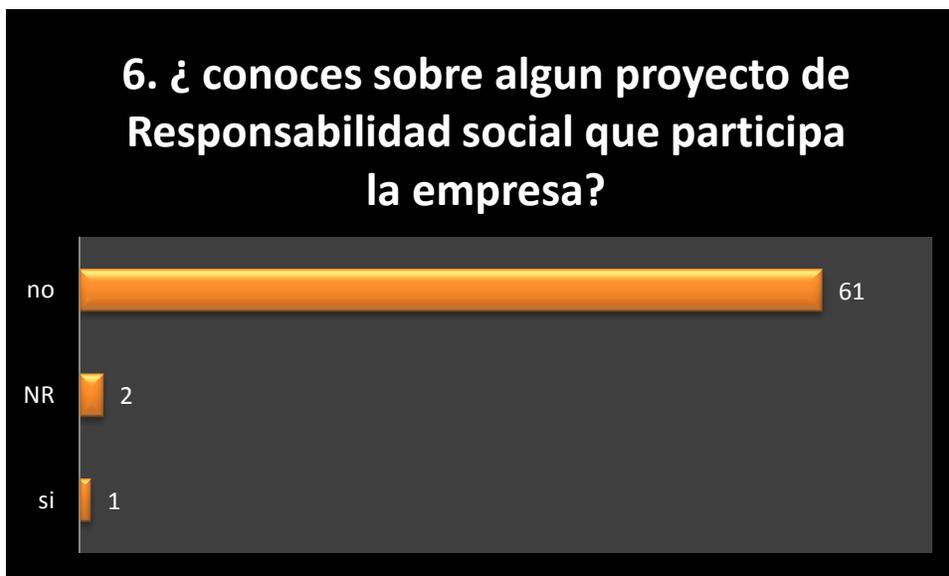
En esta grafica se evidencia la muy baja percepción con 1.6% de la población encuestada sobre el conocimiento de acciones sociales realizadas por la empresa.

Figura#5: ¿conoces proyectos como "Quierete" de Cy zone?



En este grafico se aprecia un 95% de la población encuestada no posee conocimiento de proyectos realizados por la empresa como campañas "Quierete" cuyo objetivo es estimular el mejoramiento de autoestima en la mujeres.

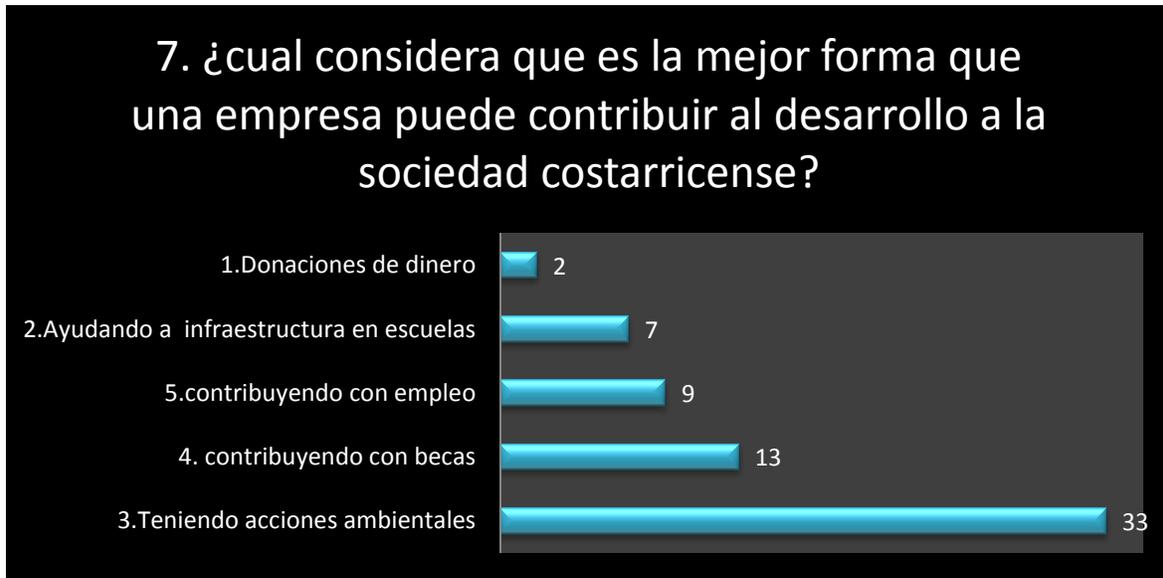
Figura #6: ¿conoces sobre algún proyecto de Responsabilidad social que participa la empresa?



En la grafica anterior podemos evidenciar que mas del 96% de la población encuestada desconoce totalmente de proyectos realizados por

la empresa de ámbito social como becas escolares, entrega de regalos para niños de escasos recursos entre otros proyectos

Figura #7: ¿Cual considera que es la mejor forma que una empresa puede contribuir al desarrollo a la sociedad costarricense?



En este grafico se pretende saber la percepción de la población sobre el papel que debe de asumir un empresa para que se le considere responsable socialmente, evidenciándose en un 48% que las personas esperan acciones ambientales por parte de las empresas, seguidamente de un 20 % en contribución de becas como realiza actualmente Belcorp en la escuelas mas pobres de la zona.

Se puede sacar como conclusiones, que la empresa debe ser enfatizar y tratar de impactar mas a la población tomando en cuenta los problemática actual de la zona y lo que espera la población de la empresa en acción social, como lo es acciones ambientales, teniendo en cuenta que la empresa no tiene ninguna acción sobre el tema, esto puede ayudar a mejorar la percepción de la población hacia la empresa.

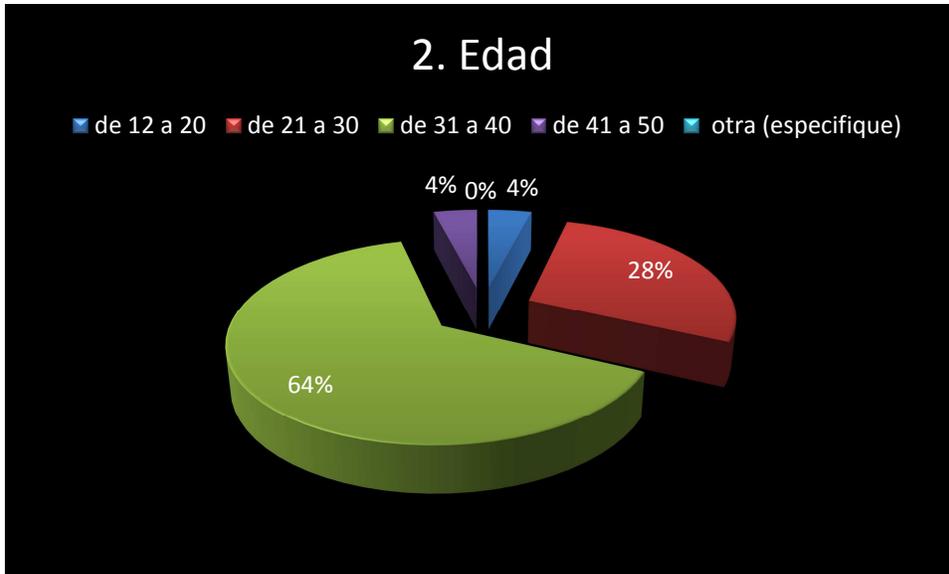
Resultados de encuesta dirigida a Colaboradores Belcorp

Figura # 8: Genero



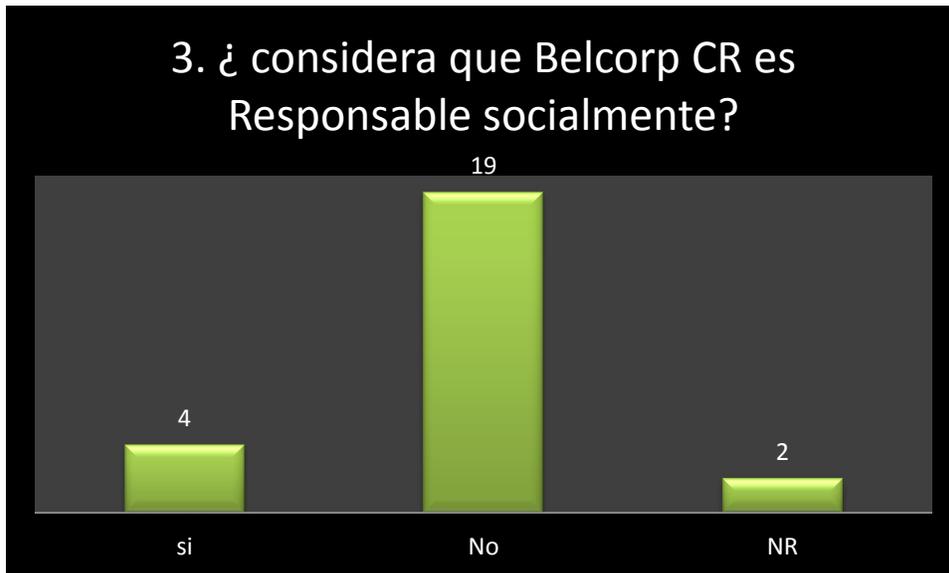
La encuesta se realizo en 60% a mujeres de la compañía ya que son la mayoría de género de colaboradores.

Figura #9: Edad



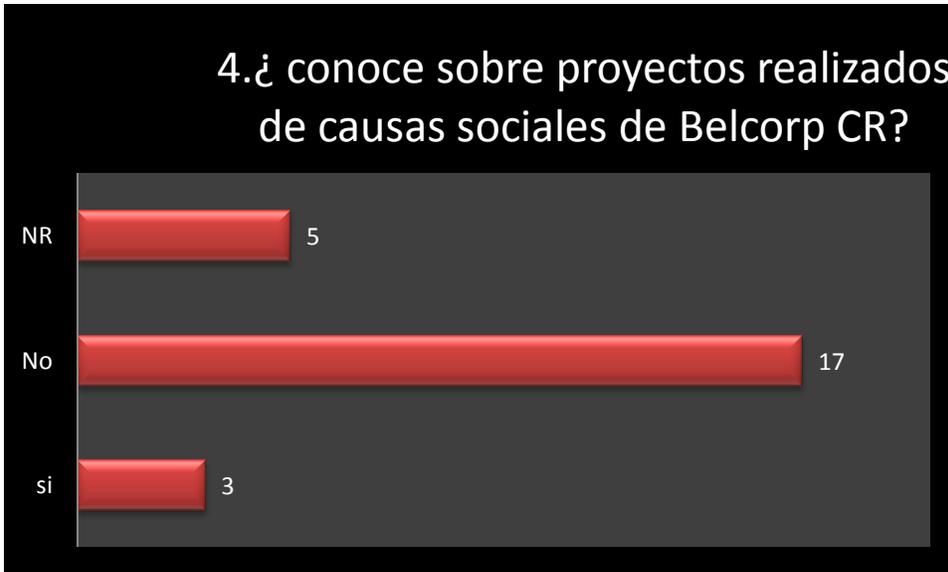
La encuesta se realizo en su mayoría a personas entre 31 a 40 años de edad significando un 64% , seguidamente de un 28% que van de 21 a 30 años e igual 4% entre personas de 12 a 20 años y de 41 a 50 años de edad.

Figura #10: ¿considera que Belcorp CR es Responsable socialmente?



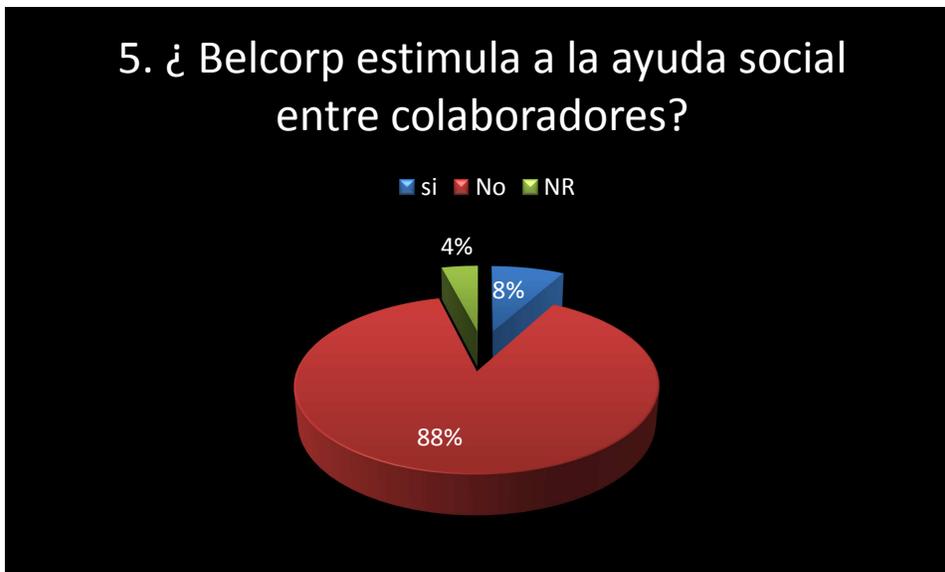
En esta grafica se evidencia la percepción que tiene el colaborador, mostrando que un 80% de la población piensa que la compañía que trabaja no es responsable socialmente.

Figura #11: conoce sobre proyectos realizados de causas sociales de Belcorp CR?



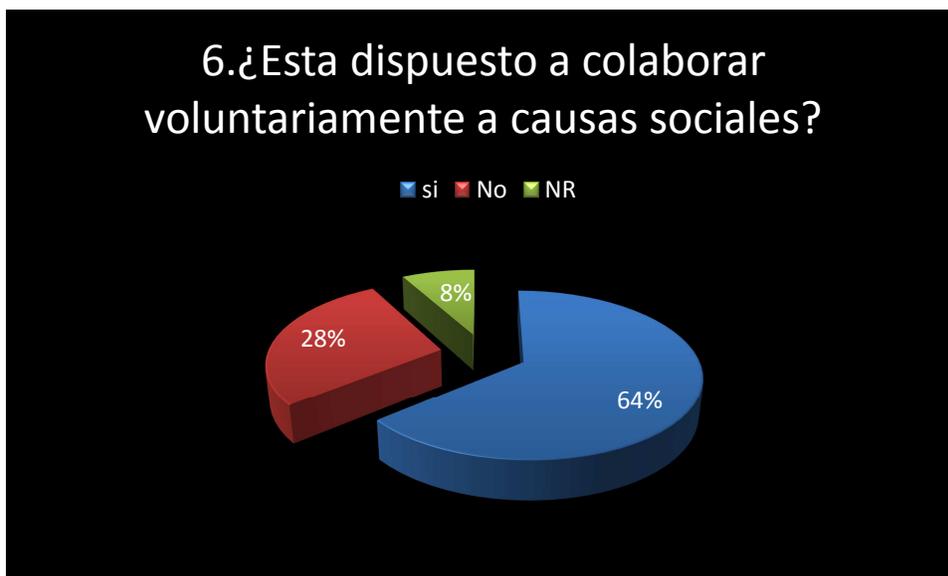
En esta grafica podemos determinar el conocimiento de los colaboradores con respecto a acciones sociales que a realizado la empresa, mostrando un 698% de desconocimiento por parte de los colaboradores, esto se puede dar puesto que el colaborador no es tomado en cuenta para ser acción de voluntariado o tomar papel en acción social.

Figura#12: Belcorp estimula a la ayuda social entre colaboradores?



En este grafico se justifica un poco el desconocimiento de partes de los colaboradores en proyectos sociales de la empresa, mostrando un 88% de la población no se le toma encuesta para acciones de ayuda social y siendo esta un buen recurso a explotar para proyectos de responsabilidad social.

Figura#13: Esta dispuesto a colaborar voluntariamente a causa sociales?



En este grafico se evidencia que una gran parte de los colaboradores un 64% está dispuesta en aportar en proyecto de causas sociales, siendo esto una gran fortaleza y recurso a explotar para efectuar futuros proyectos.

Demostrar acciones de responsabilidad social en otras empresas a través de una investigación, para tomar referencia de estudio.

Competencia:

La compañía británica de cosméticos Body Shop ha singularizado con éxito sus productos insistiendo en la sensibilidad medioambiental. Propone un diseño y desarrollo del producto, y una estrategia de ensayos, que cree que son socialmente responsables. Su política incluye el uso de ingredientes respetuosos con el medio ambiente y la eliminación de ensayos con animales.

Ecomagination de GE ^[6] la estrategia está dando la innovación del medio ambiente es a través de su aparato a la aviación de negocios, llegó a \$ 18

mil millones son las ventas en 2009 y se prevé que crezca el doble de rápido que los ingresos globales de la empresa durante los próximos cinco años. Dow AgroSciences ha desarrollado una línea de Omega-9 ricos aceites de canola y girasol, con cero grasas trans y los niveles más bajos de grasas saturadas. Desde el año 2005 Aceites Omega-9 han eliminado casi mil millones de libras de grasa trans y 250 millones de libras de grasa saturada de los alimentos de América del Norte.

Las empresas también pueden mejorar el entorno competitivo en que operan mediante la inversión en sus comunidades. Nestlé, por ejemplo, trabajó en estrecha colaboración con los agricultores del distrito de Moga leche en la India, la inversión en la infraestructura local y la transferencia de tecnología de clase mundial para construir una cadena de suministro de leche competitiva que a la vez genera beneficios sociales a través del cuidado de la salud, mejor educación, y económicos el desarrollo .

Hipótesis

Es posible que las empresas en la que se trate de desarrollar o tomar acciones de aspecto social, lo utilicen mas con fines comerciales que el de contribución al desarrollo de la comunidad que rodea a la empresa, y de esta forma la empresa crecer conjunto a la sociedad cercana.

Justificación de Hipótesis:

Muchas empresas caen en la llamada práctica Greenwash al darle un giro a la presentación de sus productos y/o servicios para hacerlos ver como respetuosos del medio ambiente. No obstante, este giro es meramente de forma y no de fondo por lo que se convierte en un uso engañoso de la comercialización verde.

Un ejemplo de esto podría ser cambiar el empaque a un producto elaborado con químicos dañinos a la sociedad y/o el medio ambiente, haciéndolo lucir como amigable con la naturaleza.

Las empresas suelen recurrir al Greenwash por varias razones; una de ellas es el señalamiento por parte de la sociedad respecto de sus malas prácticas; otra es que actualmente, los productos virtuosos, emergidos de auténticas políticas y programas de responsabilidad social están encontrando buena respuesta por parte de la comunidad. Es entonces que, tratando de sacar partido de esta nueva tendencia, algunas marcas simplemente se maquillan para lucir como *environmental friendly* sin serlo necesariamente.

Por este motivo es triste ver desarrollos que utilizan la bandera social o medio ambiental con fines comerciales exclusivamente y no de retribución a la comunidad. La Responsabilidad Social no está peleada con la rentabilidad, de hecho constituyen una simbiosis; sin embargo usar el concepto sin generar beneficios sólidos, tangibles y sostenibles para el público, es simplemente convertir un cálido movimiento humano en una moda hueca y vana.



Brindan a la mujer oportunidades de desarrollo en tres frentes

Emocional: mediante el fortalecimiento de su autoestima y autoconocimiento para una adecuada toma de decisiones.

Social: mediante la creación de redes sociales y participación social.

Económico: mediante educación y capacitación.

Ésta es la fórmula de empoderamiento de Belcorp, a través de la cual generamos cambios positivos en la vida de miles de mujeres



Nuestra Visión:

Ser la fundación empresarial que más contribuye al empoderamiento de las mujeres en América Latina, para que ellas sean autoras de su propia vida y agentes de transformación de su entorno.

Nuestra Misión:

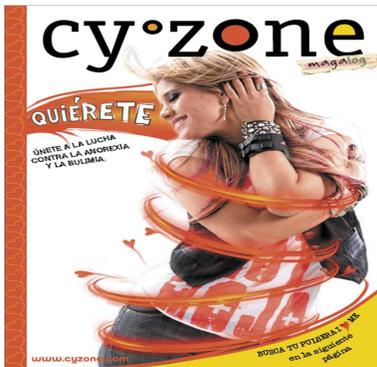
Despertar y desarrollar en las mujeres capacidades para que imaginen un futuro mejor y lo hagan realidad.



Tocando Vidas

Es el programa de voluntariado de Belcorp, a través del cual nuestros colaboradores tienen la posibilidad de despertar y desarrollar su sensibilidad social asumiendo diferentes compromisos, ya sea como mentores de las niñas becadas o colaborando en iniciativas puntuales de apoyo a la educación y conservación del medio ambiente.

En el Belcorp en el país



Belcorp a realizado campañas estimulando el autoestima en las mujeres que son muy reprochadas en la sociedad, utilizan campañas como “quíérete” de una de sus marcas cual es Cy zone , utilizando un dilema “Soy así y así me quiero...”

En el país también está la Fundación con muy poco auge pero con acciones significativas como son la de proporcionar becas a estudiantes de bajo recursos de escuelas de la zona. Así por otro lado esta la campaña de “tocando vidas” cual se trata de incentivar al colaborador de Belcorp a obsequiar un regalo para niños de escasos recursos de la escuelas de la zona.

Conclusiones

Con una mentalidad y tendencias a enfoque ético las empresas pueden fácilmente desarrollar la cultura de responsabilidad social corporativa dentro y fuera de la empresa. Empezando con un análisis de la situación que lo rodea: Pobreza, deterioro ambiental, inseguridad, deserción educativa son solo ejemplos de donde la empresa puede enfocar la acción social, todo esto se da por la Incapacidad del Gobierno para resolver tales problemas. Importante la Participación de la sociedad en integración con la empresa.

Dado al análisis de la encuesta realizada tanto dirigida a la población como a colaboradores se resalta la falta de enfoque y compromiso de la empresa entender la responsabilidad social como un modelo de negocio.

La empresa ya cuenta con ideas y una estructura de acción social como lo es la Fundación Belcorp en otros países como Perú y Colombia, sin embargo pese que en Costa Rica está la Fundación sus acciones no han dado el impacto esperado en la población esto puesto que falta mas compromiso en desarrollar ideas planes de acción y dar seguimiento de las misma, como en la nota en la encuesta un 64% de los colaboradores esta dispuesto a tomar participación en los proyectos ya esto es un recurso sumamente importante que cuenta la empresa para estimular en sus colaboradores el voluntariado.

La Empresa debe de basar su basada en: PRINCIPIOS, VALORES Y ÉTICA EMPRESARIAL, por tanto su adopción e implementación es una decisión que debe tomar la Alta Dirección de la empresa e impulsarla a los colaboradores.

El primer principio de la RSE es el cumplimiento de las leyes del país. Una empresa que cumple y respeta las leyes puede decir que está aplicando la RSE.

Una vez tomada la decisión de basar la gestión de la empresa en la RSE, se pasa a la identificación de los principios y valores que regirán su accionar y a identificar los grupos de interés tanto internos como externos que están interesados en que la empresa siga funcionando y que, de una u otra forma, pueden incidir en sus resultados.

Definidos estos elementos, se diseña el MODELO que la empresa va a implementar bajo el cual se define la visión del negocio, la estrategia, la identidad corporativa, la marca cual en este caso se utilizaría la Fundación Belcorp, las políticas, los procedimientos, que regirán el accionar de la empresa; ese Modelo se convierte en la nueva cultura de la organización.

La RSE se instala en el corazón de la empresa por tanto no es moda, ni de corto plazo, ni estrategia de marketing, ni un programa accesorio, ni un evita escándalos, ni un gasto, ni hacer diferentes cosas. La RSE es hacer las cosas de Forma DIFERENTE aplicando principios y valores como elementos diferenciadores.

La implementación de la RSE, implica un cambio de cultura dentro de la organización, la cual se aplica en todos los niveles de la misma y trasciende sus fronteras en tanto la empresa es un vivo ejemplo de una actuación responsable.

La RSE se aplica a todas las empresas, sin tomar en cuenta tamaño, sector, actividad, facturación, etc.; así como a las organizaciones de cualquier naturaleza sean públicas o privadas, con o sin fines de lucro, que tomen la decisión de integrar dentro de su actuación a sus grupos de interés y desarrollar prácticas socialmente responsables que les permita ganar

beneficios o lograr el fin para el cual fueron creadas, respetando y tomando en cuenta las expectativas de dichos grupos y de la comunidad en general.

La Inversión social es una parte importante dentro una estrategia basada en la RSE, porque la empresa llega a la conclusión que debe ser parte integral en la solución de los problemas sociales pero no es la esencia de la RSE; la inversión social es una consecuencia de la aplicación de la RSE. Una empresa que dice que tiene implementado la RSE solo porque apoya financieramente problemas de su comunidad pero que tiene prácticas engañosas en cuanto a sus productos o servicios, que no cumple la ley, que contamina, que propicia la corrupción entre otras acciones similares, NO está dentro de la categoría de la RSE. Ese "buen accionar" podría ser una estrategia de marketing como se planteo en la hipótesis que al final perjudica a la empresa que lo está haciendo porque se contradice en sus acciones y una vez es del conocimiento de la opinión pública, ésta se ocupa de descalificar a esa empresa y, con el tiempo, podría sacarla del mercado.

La RSE es una forma o filosofía de hacer las cosas, es un cambio en la gestión de la empresa y, en esencia es devolver un poco lo que la sociedad no da, un cambio en la cultura dentro de la empresa que permea a todos los que trabajan en ellas y a los que se relacionan con ella. Por eso su efecto es multiplicador y duradero como los principios en los que se basa.

Propuestas

Se propone unas propuestas donde la empresa puede darse más a conocer por sus colaboraciones a sociedad

- Alianza con Universidades para ayudar el desarrollo de proyectos de TCU (trabajo Comunal Universitario) y prácticas profesionales.
- Clasificación de residuos e análisis de reducción de impacto ambiental, como el reutilización de papel para imprimir, convenio con empresas como Kimberly Clark para que procesar el papel.
- Voluntariado por parte de colaboradores de la empresa
- Recolecta de dinero para Teletón
- Becas a escuelas con fin de minimizar la deserción educativa

BIBLIOGRAFÍA

Responsabilidad (2010). Disponible en <http://www.masr.com.mx/que-es-el-greenwash/>

Responsabilidad social empresaria (2010). Disponible en <http://www.comunidar.org.ar/responsabilidad.htm>. [2011, 01 de octubre].

Censo 2010.(2010).Disponible en:<http://www.inec.go.cr/A/MS/Censos/Censo%20de%20Poblaci%C3%B3n/Publicaciones/01%20Resultados%20generales%20de%20Censos%202000.pdf>
2011, 01 de octubre].

"Creación de Valor Compartido". Harvard Business Review; Jan/Feb2011, vol. 89 Edición 1 / 2, p62-77, 16p, 5 ilustraciones, un diagrama

Responsabilidad social Corporativa (CSR):una nueva misión para el CI, IBM, octubre de 2008,
<http://www935.ibm.com/services/es/cio/pdf/responsabilidad-social-corporativa-una-nueva-mision-para-cio.pdf,m> recuperado el sábado 03 de diciembre del 2011.

Fundación para la ética de los negocios de las organizaciones (2010).Guía de responsabilidad social de la empresa. Disponible en:http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf [2011, 01 de diciembre].

Muñoz , Carlos (2009). Los siete pecados capitales de la Responsabilidad Social Empresarial [En línea]. Disponible en:

<http://www.expoknews.com/2009/07/28/los-siete-pecados-capitales-en-responsabilidad-social/>

[2011, 01 de Octubre].

Deloitte (2011).RSE en empresas ticas según encuesta de Deloitte. [En línea]. Disponible en:http://www.deloitte.com/view/es_CR/cr/perspectivas/barometro_empresas/d184e14c72d7b210VgnVCM1000001956f00aRCRD.htm [2011, 01 de noviembre].

<http://www.expoknews.com/2009/07/28/los-siete-pecados-capitales-en-responsabilidad-social/>[2011, 01 de Octubre].

<http://www.slideshare.net/roadmap/2-conceptos-definiciones-rse>[2011, 01 de Octubre].

Cámara oficial española de comercio e industria de El Salvador (agosto 2009). Conclusiones sobre La RSE, como Modelo de Negocio.

Disponible en línea en:

<http://rse.camaco.es.com.sv/pages/viewfull.asp?CodArt=96> [2011, 29 de noviembre].

Anexos

Figura # 14: Encuesta a población

| Cuestionario para los Colaboradores | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Objetivo: Conocer la opinion de los colaboradores sobre Responsabilidad Social De Belcorp | | | | | |
| Estimado colaborador: queremos hacer mas y mejores proyectos de desarrollo social, para ello necesitamos conocer su valiosa opinion y le pedimos que conteste las siguientes preguntas. Su opinion es muy importante y nos ayudara a servile mejor y una mas optima a la poblacion. Muchas Gracias | | | | | |
| Seleccionar con una (x), la opcion que corresponda | | | | | |
| 1. Genero | M | <input type="checkbox"/> | F | <input type="checkbox"/> | |
| 2. Edad | de 12 a 20 | de 21 a 30 | de 31 a 40 | de 41 a 50 | otra (especifique) |
| | <input type="checkbox"/> |
| | SI | No | NR | | |
| 3. ¿ considera que Belcorp CR es Responsable socialmente? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| 4.¿ conoce sobre proyectos realizados de causas sociales de Belcorp CR? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| 5. ¿ Belcorp estimula a la ayuda social entre colaboradores? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| 6.¿Esta dispuesto a colaborar voluntariamente a causas sociales? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |

Figura # 15: Encuesta a población

| Cuestionario para la población | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Objetivo: Conocer la opinion de la poblacion sobre Responsabilidad Social De Belcorp | | | | | |
| Estimado colaborador: queremos hacer mas y mejores proyectos de desarrollo social, para ello necesitamos conocer su valiosa opnion y le pedimos que conteste las siguientes preguntas. Su opnion es muy importante y nos ayudara a servile mejor y una mas optima a la poblacion. Muchas Gracias | | | | | |
| Seleccionar con una (x), la opcion que corresponda | | | | | |
| 1.Genero | M | <input type="checkbox"/> | F | <input type="checkbox"/> | |
| 2. Edad | de 12 a 20 | de 21 a 30 | de 31 a 40 | de 41 a 50 | otra (especifique) |
| | <input type="checkbox"/> |
| | SI | No | NR | | |
| 3.¿ Conoce la empresa L bel? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| 4.¿ sabias que L bel ayuda a la comunidad? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| 5.¿conoces proyectos como "Quiere te" de Cy zone? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| 6. ¿ conoces sobre algun proyecto de Responsabilidad social que participa la empresa? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| 8. ¿cual considera que es la mejor forma que una empresa puede contribuir al desarrollo a la sociedad | | | | | |
| 1.Donaciones de dinero | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 2.Ayudando a infraestructura en escuelas | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 3.Teniendo acciones ambientales | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 4. contribuyendo con becas | <input type="checkbox"/> | | | | |
| 5.contribuyendo con empleo | <input type="checkbox"/> | | | | |