

La pertinencia de los proyectos de responsabilidad social de las empresas (RSE) privadas, clientes de Manpower, según la percepción de sus colaboradores.

Tercer Cuatrimestre 2011 de la Facultad de Psicología en la Licenciatura de Comportamiento Organizacional de la Universidad Latinoamericana de la Ciencia y la Tecnología (ULACIT)

Katherine Rosales Solera

Resumen

Los proyectos de responsabilidad social empresarial (RSE) han tomado un gran auge en los últimos años, la dinámica ha generado recursos que las comunidades no tenían. Lo que busca la RSE es generar recursos viables e imprescindibles para la mejora social en términos de salud, apoyo y crecimiento. El objetivo general fue determinar la percepción de la pertinencia de los proyectos de responsabilidad social que se están realizando en las empresas privadas que son clientes de Manpower, según la percepción de los colaboradores de dichas empresas.

Para ello, se envió una encuesta a 100 trabajadores de la empresa privada costarricense, de los cuales respondieron 50. Después de la aplicación se concluyó que la percepción de la pertinencia es media ya que las prioridades señaladas son diferentes a los proyectos realizados aun cuando se obtienen grandes logros.

Summary

Social responsibility projects (CSR) have taken a boom in the recent years, the dynamics have generated resources that communities did not have. What social responsibility jobs seek is to create viable and essential resources for social improvement in terms of health, support and growth. The overall objective was to determine the perception of the relevance of social responsibility projects being undertaken in the private clients of manpower, as perceived by the employees of

these companies.

To complete this purpose, a survey was sent 100 workers of the Costa Rican private sector, of which 50 responded. After the application was concluded, the determination shows that the perception of relevance is half as the priorities identified because there are different projects even when obtained great achievements.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social laboral es un proceso que se ha estado implementado entre las empresas del país, en dónde se intenta valorar y sensibilizar a las fuerzas laborales de las diferentes comunidades sobre los problemas sociales que se presentan a nivel nacional.

Cuando las empresas trabajan para que las comunidades en las que se encuentran inmersas crezcan, entonces se amplían sus oportunidades de vender sus productos y servicios y de contar con recurso humano capacitado para que trabajen como parte de su equipo en el futuro. En tanto la comunidad se desarrolle, la empresa también lo hará. Por eso es necesario realizar proyectos de responsabilidad social que satisfagan las necesidades prioritarias de las comunidades que rodeen a las empresas.

La pertinencia de los proyectos de responsabilidad social genera procesos oportunos y convenientes. Con base en este concepto, se intenta identificar la congruencia entre actividades de responsabilidad social y sus logros. Es de suma importancia determinar si los proyectos de responsabilidad social consisten en una integración constante entre los colaboradores y la comunidad, de ahí que esta investigación pretende ser un aporte más para desarrollo social.

Con el deseo de encontrar las mejores formas de hacer esta contribución, en esta investigación se planteó el siguiente problema de estudio:

¿En qué medida son pertinentes los proyectos de responsabilidad social de las empresas privadas, clientes de Manpower, según la percepción de los colaboradores?

El objetivo general fue determinar la percepción de la pertinencia de los proyectos de responsabilidad social que se están realizando en las empresas privadas clientes de Manpower, según la percepción de los colaboradores de dichas empresas.

Para ello se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Clasificar los tipos de proyectos según el orden de prioridades de los colaboradores de empresas privadas.
- Identificar la percepción que tienen los colaboradores de empresas privadas sobre los logros de estos proyectos de responsabilidad social.
- Establecer la relación entre los tipos de proyectos realizados y la percepción de las prioridades de los colaboradores de dichos proyectos de responsabilidad social.

Para comprender mejor el fundamento teórico sobre el que se realizó el análisis de los datos encontrados en este proceso de investigación, es necesario aclarar que el concepto de responsabilidad social no es nuevo, aunque como idea ya se le había tomado en cuenta en la primera parte del siglo XX, su estudio moderno tuvo como pionero a Howard R. Bowen, quien en 1953, sugirió que las empresas deberían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones.

En 1996, Peter Drucker complementó este punto de vista afirmando que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”. (Drucker, 1996, pág. 83;)

Por su parte, María Dolores Sánchez Fernández (2011, pág.91); en su libro titulado **La responsabilidad social organizativa**, define como responsabilidad social: “La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), también conocida como Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Ciudadanía Corporativa (CC), hace referencia a los aspectos inter-relacionales entre una empresa u organización y el medio social en el que actúa.”

Una definición clave a la hora de hablar sobre RSE es la que se desprende del texto presentado por (Canessa y García, (2005,pág.14) donde exponen la teoría de la pirámide de Carroll, esta pirámide plantea cuatro responsabilidades sociales de la empresa, vistas como una pirámide:

“Responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas, lo que en otras palabras quiere decir que: La Responsabilidad Social Empresarial implica el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económicas (generara recursos), responsabilidades legales (obedecer la ley), responsabilidades éticas (cumplir con los principios adoptados por la sociedad) y responsabilidades filantrópicas (entendidas como: contribuir con recursos a la comunidad)”.

A continuación se define cada una de estas responsabilidades:

Responsabilidades Económicas

Estas responsabilidades son fundamentales, se trata de la producción de los bienes y los servicios que se ofrecen a los clientes (miembros de la comunidad) para satisfacer sus necesidades, a cambio de una ganancia conveniente para la empresa. (Canessa y García, 2005)

Responsabilidades Legales

Las empresas deben conocer y ajustarse a las leyes y regulaciones del estado sobre las operaciones del negocio dentro de las interacciones sociales. (Canessa y García, 2005)

Responsabilidades Éticas

Se refieren a la obligación de “hacer lo correcto, justo y razonable, así como de evitar o minimizar el daño a los grupos con los que se relaciona la empresa. Estas responsabilidades implican respetar aquellas actividades y prácticas que la sociedad espera, así como evitar las que sus miembros rechazan, aun cuando estas no se encuentren prohibidas por la ley”. (Canessa y García; 2005, p. 16)

Responsabilidades Filantrópicas

Las acciones de las empresas deben caracterizar una visión de solidaridad ciudadana; por ello es necesario participar en actividades o programas que

promueven el bienestar social. Estas actividades no sólo se realizan de forma ética y moral, sino que implican el voluntariado empresarial para establecer buenas relaciones con la comunidad, cuando existe el deseo en la comunidad de que la empresa siga formando parte de ella. (Canessa y García, 2005)

En resumen, la RSE implica “el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica” (Canessa y García, 2005, p.17). En otras palabras, la RSE debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo.

Hay un efecto de preferencias por RSE de los consumidores sobre los beneficios de las empresas. Hopkins señala que si bien una compañía que se preocupa de la sostenibilidad del entorno y del bienestar de sus trabajadores, tiene costos más altos, es posible que sobreviva en el mercado si los consumidores están dispuestos a pagar un “premio” por la mayor calidad del producto. (Hopkins, 2002)

Por lo tanto es importante ahondar en el tema de las relaciones que generan las acciones sociales (RSE); al respecto señalan Vitaliano y Stella:

“las firmas tomarán una decisión sobre cuantos programas de RSE ofrecer tomando en cuenta los ingresos y costos marginales de dichos programas.” (Vitaliano y Stella, 2003).

Las empresas son el motor de la economía, generan bienes y servicios y buscan congruencia entre lo debido y lo permitido para alcanzar sus objetivos. Considerando que las empresas desean expandirse a nivel económico, pero que requieren del desarrollo comunitario para lograrlo, la responsabilidad social debe tener objetivos y metas claras que permitan un crecimiento de ambas partes. La consolidación de los proyectos específicos, va a depender de cuáles son los objetivos específicos de la empresa, y al mismo tiempo de cuáles son las necesidades comunitarias. Para que todos estos participantes se integren y logren alcanzar los objetivos, es esencial que se encuentren motivados, y que la percepción de la pertinencia de los proyectos esté clara para cada una de las partes.

El desarrollo de programas exitosos de las empresas que se involucran en las actividades de responsabilidad social, representan un impacto positivo que brinda una oportunidad de globalización ante las otras empresas y que representen una contribución, ante grandes corporativos, que aprenden e imitan acciones y que puedan promover programas y actividades con mayor regularidad,

de esta manera ser más constante en la formalización de proyectos que impliquen un ámbito social.

La aplicación proyectos de responsabilidad social, requiere una función que promueva responsablemente un comportamiento social, que mantenga relaciones, que exponga internamente las necesidades y que evolucione el concepto como una capacidad cultural que involucre iniciativa propia, de esta manera promover la participación, demostrando solidaridad y responsabilidad comúnmente. En donde las prácticas propicien nuevas implementaciones, selección de miembros y mejoría continua en la participación.

Esta participación debe de ser promovida motivando a las personas que vayan a estar dentro del proyecto, donde se encuentren la forma de satisfacer necesidades propias, adicionales a la consolidación de la ayuda y a la pertinencia como tal, entre empresa y participante.

Lo anterior se presenta como un respaldo de la necesidad de la pregunta de esta investigación, la pertinencia de los diversos proyectos de RSE.

METODOLOGIA

Se realizó un estudio descriptivo con análisis cuantitativo, en el que se envió una encuesta a 100 personas al azar, de las cuales sólo 50 respondieron. La muestra se seleccionó utilizando la base de datos de empresas clientes de Manpower.

La encuesta estaba constituida por siete preguntas de selección y una pregunta de respuesta breve. Para su construcción se desglosaron las variables de responsabilidad social en sus tipos por medio de la teoría recolectada en los artículos que se investigaron y la percepción de pertinencia entendida como lo correcto y adecuado en relación con los participantes de la encuesta.

Para definir correctamente las variables por valorar, se consultó a un panel de expertos en Sociología, entre ellos, Evangelina García García (socióloga), Diego Chaverri Chaves (sociólogo) y Pablo Chaverri,(trabajador Social)..

Para comprender un poco más acerca de las necesidades primarias de las bases humanas y poder desarrollar temas de gran relevancia en el instrumento utilizado. Se hizo una pregunta para cada elemento de esas variables ya ántes desglosadas y se aplicó la encuesta a un grupo pequeño de personas para ver si comprendían las preguntas, para determinar que iba a ser viable y entendida; se corrigieron aquellas en las que presentaban dudas y luego se aplicó a la muestra por medio de *Survey Monkey* a las personas de la muestra, enviando una invitación por correo electrónico.

Se explicó en la introducción de la encuesta que la misma era sólo con fines complementarios de educación y se utilizó para determinar la pertinencia de la participación de las mismas en cada uno de los proyectos en los que están involucrados. Se explicó que las respuestas iban a ser confidenciales.

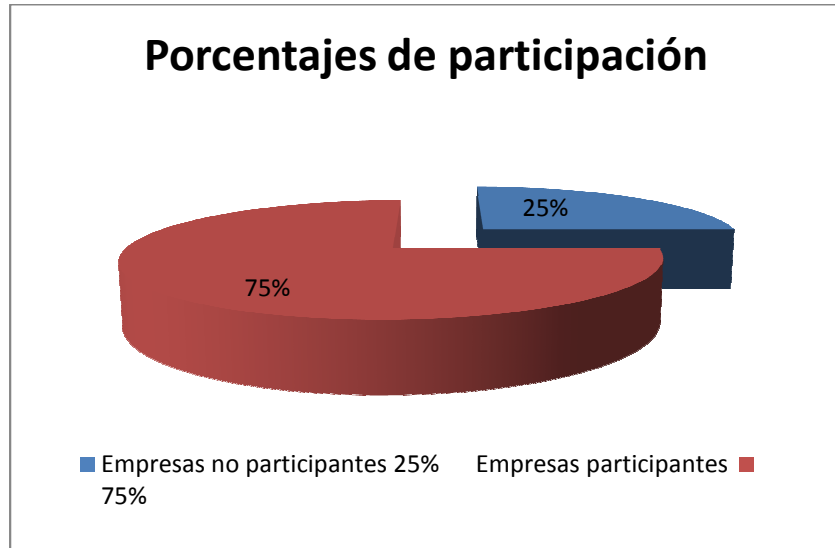
Análisis de datos

A continuación se explican los resultados obtenidos con la encuesta aplicada:

La primera pregunta de la encuesta buscaba determinar si las empresas privadas realizan proyectos de responsabilidad social empresarial. Al respecto, un porcentaje alto (75.0%) de los colaboradores laboran en una empresa que realiza proyectos de responsabilidad social y sólo un 25.0% no los realizan. Independientemente de que los proyectos que realicen sean o no pertinentes en la actualidad, el hecho de que el 75.0% de la población partícipe en estos proyectos representa una gran oportunidad para que en el futuro se satisfagan necesidades comunitarias que promuevan el desarrollo social. Es importante también saber que existen muchas empresas involucradas en procesos para beneficiar a la sociedad y que sirvan de ejemplo a seguir a otras empresas.

Gráfico 1:

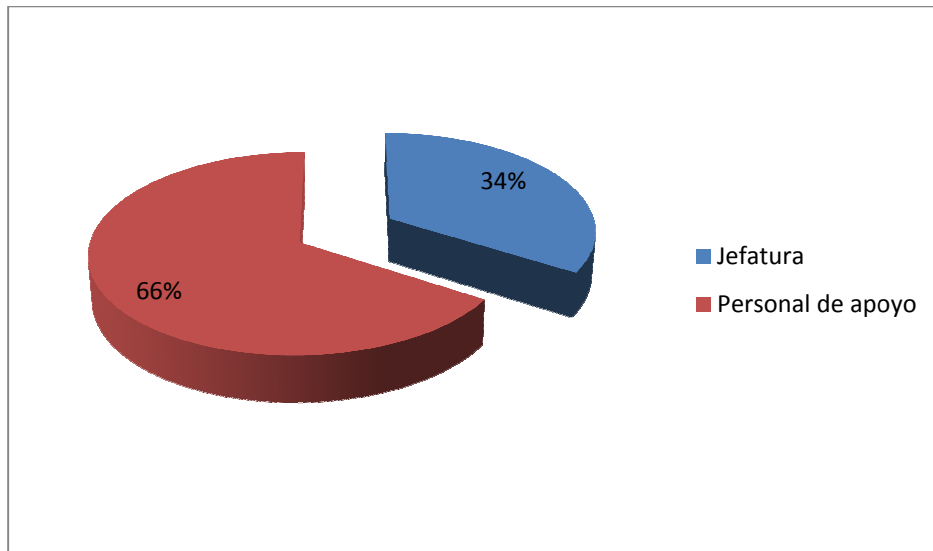
Participantes de proyectos de responsabilidad social laboral



En relación con las personas que formaron parte del proceso de respuesta para esta encuesta, un 66.0% forma parte del personal de apoyo y en relación a jefaturas, contestó un 34.0% que de igual forma, todos y cada uno complementan parte del personal de colaboradores para la empresa privada para la que laboran. La influencia del personal de apoyo sirve para promover el impacto de los proyectos de RSE ya que el liderazgo e influencia pueden generar más participación por parte de los colaboradores. El personal de jefatura puede promover más procesos e ideas por su posición en las empresas, sumada a una participación más activa.

Gráfico 2

Indicación de puestos en la empresa



A los colaboradores de los proyectos de RSE, se les preguntó cuáles consideraban que eran los tipos de proyectos que cubrirían mejor las necesidades de las comunidades a las que estaban ayudando. :

Cuadro 1. Identificación del nivel de prioridad del tipo de proyecto de responsabilidad social que requieren las comunidades, según la percepción de sus colaboradores

Columna1	Baja*	Media**	Alta***
Realizar donaciones de bienes necesarios para la comunidad	2	22	28
Aporte de trabajo comunitario	3	14	35
Cumplir con leyes y regulaciones sanitarias, ambientales y laborales	1	6	45
Promover la salud integral de los colaboradores	1	10	41
Generar rentabilidad para sus accionistas	5	21	24
Crear y mantener el empleo	1	10	41
Brindar a sus clientes servicios y productos confiables	2	9	43
Trabajar para mejorar la comunidad	2	9	38

*Número de personas que consideran este tipo de proyecto un nivel de prioridad alto

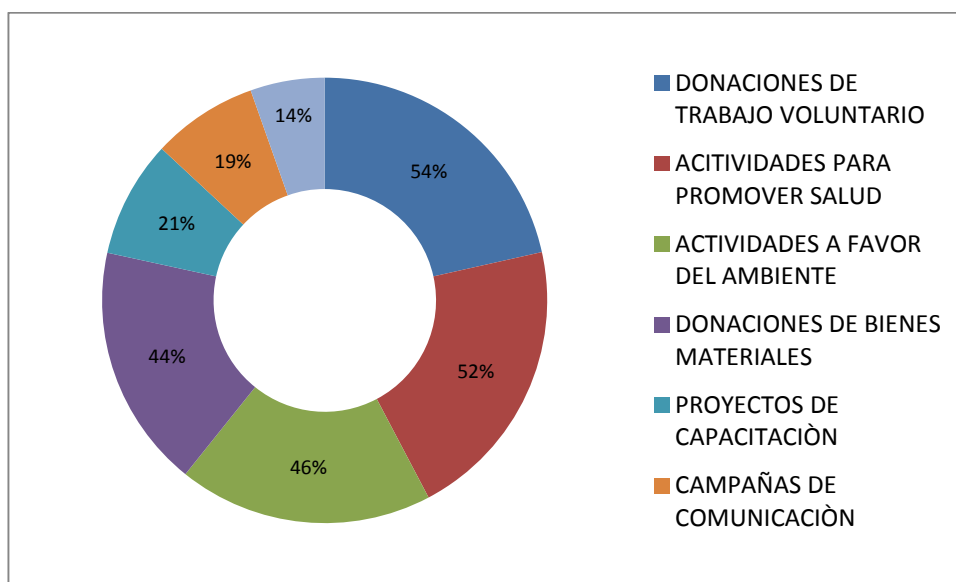
**Número de personas que consideran que este tipo de proyecto tienen un nivel de prioridad medio

*** Número de personas que consideran que este tipo de proyecto tienen un nivel de prioridad alto

En esta investigación las labores que han realizado los colaboradores han sido básicamente: donaciones de bienes materiales, donaciones de tiempo y trabajo voluntario, cumplir con leyes y regulaciones sanitarias, ambientales y laborales demuestra una alta importancia, ya que de 50 respuestas, 45 participantes demuestran una inclinación muy alta para esta actividad, hablando acerca de brindar a sus clientes servicios y productos confiables; muestra una cantidad de personas interesadas en mejoras y en preocupación por la comunidad que todos comparten. En relación a promover la salud integral de los colaboradores y crear y mantener el empleo, también se demuestra una suma de respuestas muy importantes para ambos procesos, para ambos hay una cantidad de 41 respuestas en representación de los 50 participantes que generan una gran influencia para la realización de los proyectos.

Trabajar para mejorar la comunidad, muestra que 38 personas lo consideran importante, demuestra que más de la mitad de los participantes se preocupan por las comunidades en las que viven y comparten, lo que viene de la mano con 28 respuestas de importancia, que es más de la mitad, que para las comunidades en las que se vive, se considera muy importante donar, para mejorar, y al realizar donaciones, y dependiendo de la actividad, se puede actuar en conjunto para resolver necesidades. Generar rentabilidad para sus accionistas, también es muy importante, casi la mitad de los participantes demuestra que es un proceso importante a seguir en relación al rendimiento de los negocios para futuras mejoras.

Gráfico 3 Importancia asignada a los proyectos



En este gráfico, se muestra los tipos de proyectos que se realizan, y el nivel de prioridad que le otorgan sus colaboradores según las necesidades que ellos perciben en las comunidades en las que se encuentran trabajando. El tipo de proyecto que ocupa el primer lugar de prioridad, con un 53.8%, (ver gráfico 3) con donaciones de tiempo y trabajo voluntario, este porcentaje es realmente valioso ya que demuestra que más de la mitad de los colaboradores disponen de su propio tiempo para poder ayudar en la comunidad para la cual participan. Demuestra que hay un interés que propicia la voluntad de ayudar, en donde las personas se presentan a realizar actividades fuera o dentro de las horas laborales, anteponiendo un compromiso para quienes más lo necesitan, seguido de un 51.9% con actividades para promover la salud, lo cual demuestra que también hay un porcentaje muy alto de personas que están interesados en mejoras, más de la mitad de los participantes encuentra relevante ésta actividad, lo cual involucra un porcentaje sustentable que reconoce los intereses de los sectores afectados.

Un 46.2% con actividades a favor del ambiente, también una suma importante en relación a 44.2% con donaciones de bienes materiales, lo cual no es más de la mitad, pero representa también un alto interés sobre brindar aporte material, que en conjunto puede dar una muestra representativa en presencia de cada donación, por cada persona que participa, un 21.2% en proyectos de capacitación

para empresarios, escuelas u otros, este voluntariado representa el interés por las mejoras para todos, hasta para los mismos participantes ya que generan nuevas oportunidades. Un 19.2% en campañas de comunicación para clientes y proveedores, este porcentaje propicia mejoras, no es muy alto, el tema tal vez no representa una totalidad pero demuestra que de todas maneras influencia y genera actividades y un 13.5% en proyectos diferentes a los antes mencionados, todos estos porcentajes son valiosos y representan diferentes oportunidades para abarcar diferentes áreas. Puede que no brinden un porcentaje muy elevado pero demuestra que sí existen participantes, lo cual demuestra un interés sobre los ámbitos en los que se participa.

Si se toca el tema de los logros, esta variable permite respaldar que para el contexto costarricense hay presencia de proyectos sociales en las empresas privadas, pero más importante es demostrar el porcentaje real de participación social-laboral.

Cada una de las prioridades unidas, muestra como hay una suma alta que demuestra cómo hay prioridades para cada uno de los proyectos en los que se participa.

Ahora, al tener estos datos, se habla de que el tipo de relación que genera la RSE es que las comunidades compren los servicios de las empresas, las empresas se benefician y, de forma recíproca, las empresas devuelven un beneficio a las comunidades al realizar proyectos de responsabilidad social. Esta relación recíproca aumenta el respeto mutuo y la productividad, por el tipo de importancia que se le brinda.

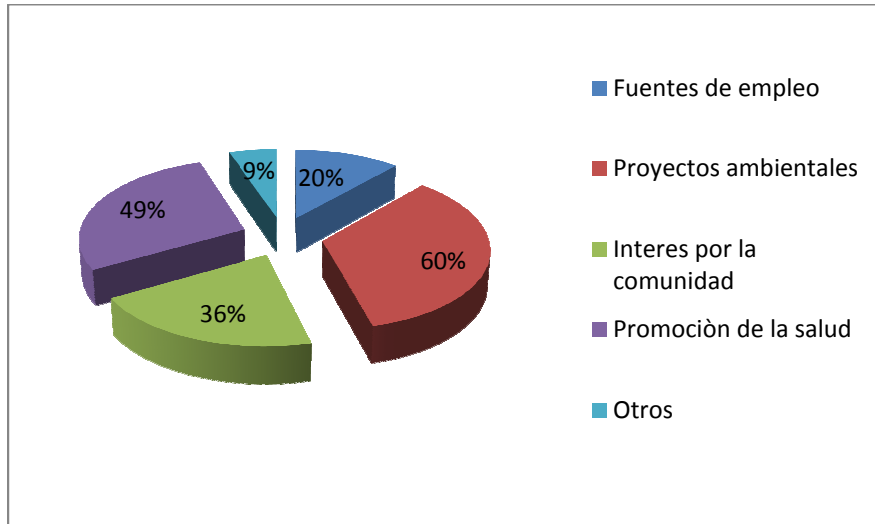
La idea de integrar este dato como parte de una de los logros a estudiar fue para evidenciar uno de los mecanismos de integración laboral que emplean las empresas privadas, con el fin de propiciar una tendencia aceptable, en términos ideológicos, sobre el compromiso social de la empresa. Cualquier empleado promedio entiende el hecho de que hay un proceso de integración a un equipo de trabajo, aspecto que lo insta a ser parte de actividades extra. Actividades que posibilitan generar compromiso personal ante la empresa.

Hay un 60,0% de desarrollo de proyectos ambientales (reciclaje, protección de recursos, entre otros como el principal, dentro de cada uno de los grupos se involucran proyectos como promover la salud integral de los colaboradores con un

porcentaje de 57.7% y crear y mantener el empleo con un porcentaje de 58.8%, lo cual demuestra una pertinencia media al no lograr la totalidad de los logros, un 48.9% en los logros de promoción de la salud, que involucra proyectos como trabajar para mejorar la comunidad con un 53.1%, un 59.6% en el proyecto de brindar a sus clientes servicios y productos confiables, que en conjunto sobrepasan los logros de los proyectos en conjuntos, lo cual demuestra que existe una pertinencia alta por su totalidad. Realizar donaciones de bienes necesarios para la comunidad con un 36.5%, tanto a nivel interno como externo lo cual distingue poco menos de la mitad, involucra proyectos como aporte de trabajo comunitario con un porcentaje de importancia de un 42.3 % que demuestra una pertinencia alta en realización y logros, un 35,6% en la concientización de la población en general (clientes y proveedores) en relación a temas de interés para la comunidad, alta igualmente, involucrando el desarrollo económico a través de la creación de nuevas fuentes de empleo y que demuestra una alta percepción de la pertinencia, un 20% en el desarrollo económico a través de la creación de nuevas fuentes de empleo, acá se involucra el generar rentabilidad para los accionistas con un 28.0% lo cual en relación a los logros genera alta pertinencia, sin dejar de ser importante, y sólo un 8.9% a logros involucrado en otros, en donde se mencionan actividades a realizar pero que se han logrado. En relación a posición en este orden de importancia del 1 al 5.

Rubrica de logros	Porcentaje	Posición
Desarrollo económico a través de la creación de nuevas fuentes de empleo	20%	4
Desarrollo de proyectos ambientales (reciclaje, protección de recursos, entre otros)	60%	1
Concientización de la población en general (clientes y proveedores) en relación a temas de interés para la comunidad	36%	3
Promoción de la salud, tanto a nivel interno como externo	49%	2
Otro	9%	5

Gráfico 4 Logros



Entonces se corrobora que en relación a la importancia que se da en los proyectos ya antes mencionados se determina la pertinencia de la percepción de los proyectos de responsabilidad social que ya claramente demuestra los logros de los mismos. Es una percepción media, ya que los porcentajes entre logros y realización de proyectos no es la misma, ya que no existe un alcance total de todos ellos.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados anteriores, los colaboradores de las empresas, clientes de Manpower que realizan proyectos de RSE, perciben en esos proyectos un nivel de pertinencia medio o moderado. Esto es así porque los proyectos realizados y los logros de estos, no son iguales a las necesidades que ellos identifican como prioritarias en sus comunidades.

De forma específica se concluye que:

- En relación a la clasificación, los tipos de proyectos según el orden de prioridades de los colaboradores de empresas privadas, se encuentran altos porcentajes en la realización de proyectos de responsabilidad social.
- Los logros de estos proyectos de responsabilidad social, son importantes, sin embargo no son los mismos que el tipo de proyecto que ellos consideraron como prioritarios; ya que entre los proyectos principales, las prioridades se enfocan a donaciones de tiempo y trabajo voluntario con un 53,8 % seguido de un 51.9% con actividades para promover la salud, lo cual demuestra que también hay un porcentaje muy alto de personas que están interesados en mejoras, más de la mitad de los participantes encuentra relevante ésta actividad, lo cual involucra un porcentaje sustentable que reconoce los intereses de los sectores afectados y los logros no alcanzan el mismo porcentaje, eso demuestra que no hay una equidad total en la realización de los proyectos.

Bibliografía

Gasca-Pliego, E., & César Olvera-García, J. (2011) **Construir ciudadanía desde las universidades, responsabilidad social universitaria y desafíos ante el siglo XXI.** Convergencia: Revista De Ciencias Sociales, 18(56), 37-58. 2011

Giuliana Canessa Illich y Emilio García Vega. “El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo”. Perú: Editorial Siklos S.R. Ltda. 2005

Hopkins, Michael. (2002) “Sustainability in the Internal Operations of Companies.” *Corporate Environmental Strategy*, Vol. 9, No 2.

}

Vitaliano, Donald y Gregory Stella. (2003) “The Thrift Industry and the Community Reinvestment Act: Assessing the cost of Social Responsibility.” Department of Economics, Rensselaer Polytechnic Institute. Nueva York.

Berger, G.; Reffico, E. y Hermelo, R. (2005). Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina-Informe Final. Recuperado de http://new.lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/rse_2005_ar_copy.pdf

Sociólogos participantes: Evangelina García García (socióloga), Diego Chaverri Chaves (sociólogo) y Pablo Chaverri,(trabajador Social).

Responsabilidad Social Empresarial en Costa Rica

El presente cuestionario pretende establecer las razones por las cuales las personas participan en proyectos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). El cuestionario es fácil y rápido de responder: se estima que puede tardar unos 10 minutos para responderlo.

Su participación en este estudio es voluntaria. No debe proporcionar su nombre. Los resultados obtenidos serán totalmente confidenciales y únicamente con fines académicos; por lo cual, la información que se mostrará será gráfica y en términos totales. Se le agradecerá que responda de manera objetiva los ítems, dado que el objetivo es establecer la realidad de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel privado en Costa Rica.

Si tiene alguna inquietud sobre la naturaleza y objetivos del cuestionario; o sobre el cuestionario en sí, puede comunicarse con Hazel Quirós Castro, estudiante de la Licenciatura en Comportamiento Organizacional de ULACIT, quien se encuentra a cargo del estudio a la dirección electrónica: hazel4689@hotmail.com

De antemano, muchas gracias por su tiempo para responder a este cuestionario.

1. Favor indicar el tipo de puesto que usted desempeña

() Jefatura () Personal de apoyo

2. ¿La empresa en la que usted labora realiza proyectos de Responsabilidad Social Empresarial?

Sí ()

No ()

3. Favor indicar el tiempo que lleva laborando en esta empresa

() Menos de 1 año () Entre 1y 3 años () Más de tres años

4. ¿Qué tipo de proyectos de actividades lleva a cabo la empresa donde usted labora? Puede marcar más de una opción

- () Donaciones de bienes materiales
- () Donaciones de tiempo y trabajo voluntario
- () Actividades a favor del ambiente
- () Actividades para promover la salud
- () Campañas de comunicación para clientes y proveedores
- () Proyectos de capacitación para empresarios, escuelas u otros
- () Otro: _____

5. Mencione un proyecto de Responsabilidad Social Empresarial en el que haya participado en los últimos 6 meses.

6. ¿Cuál es el orden de importancia que usted le asigna a los siguientes atributos de una empresa para considerarse socialmente responsable?

	No es importante	Poco importante	No relevante	Importante	Muy importante	Totalmente importante
Realizar donaciones de bienes necesarios para la comunidad						
Aporte de trabajo comunitario						
Cumplir con leyes y regulaciones sanitarias, ambientales y laborales						
Promover la salud integral de los colaboradores						
Generar rentabilidad para sus						

accionistas						
Crear y mantener el empleo						
Brindar a sus clientes servicios y productos confiables						
Trabajar para mejorar la comunidad						
Reportar información sobre su situación ambiental, laboral, comunitaria y social a grupos interesados						

Adaptado de: Berger, G.; Reffico, E. y Hermelo, R. (2005). Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina-Informe Final.

7. De los proyectos de Responsabilidad Social Empresarial en que ha participado ¿Cuáles considera que han sido los logros o beneficios para la comunidad? Puede marcar más de una opción.

Desarrollo económico a través de la creación de nuevas fuentes de empleo

Desarrollo de proyectos ambientales (reciclaje, protección de recursos, entre otros)

Concientización de la población en general (clientes y proveedores) en relación a temas de interés para la comunidad

Promoción de la salud, tanto a nivel interno como externo

Otro: _____

8. Por último, ¿Qué recomendaciones daría usted para proyectos de Responsabilidad Social futuros?

¡Muchas gracias por su colaboración!

Referencias:

Las preguntas del anterior cuestionario fueron tomadas de la Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina (Año 2005).

Berger, G.; Reffico, E. y Hermelo, R. (2005). Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina-Informe Final.

Recuperado de http://new.lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/rse_2005_ar_copy.pdf