

Percepción de los Colaboradores de las principales empresas del Sector de Banca Privada en Costa Rica: CITIBANK, BAC SAN JOSE y HSBC sobre la pertinencia de los Proyectos de Responsabilidad Social.

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)

Marianela Vargas Mendoza*

* Bachiller Administración de Recursos Humanos, Universidad Metropolitana Castro Carazo (UMCA)

Resumen

Se entiende por responsabilidad social empresarial a la retribución dada a la comunidad por la empresa que realiza sus actividades comerciales en ella. En el presente estudio las variables utilizadas fueron los tipos de proyectos de responsabilidad social son: ambientales, salud, sociales y hasta aquellos que alcancen a los clientes y proveedores; además la percepción de los colaboradores sobre si este tipo de proyectos ayudan realmente a la comunidad, siendo esto último el resumen del objetivo general por alcanzar.

El tipo de investigación es descriptiva y de análisis cuantitativo, se utilizó como instrumento una encuesta aplicada a una muestra de 50 colaboradores de las empresas Citibank, HSBC y Bac San José.

Y esta determinó que sí existe un alto nivel de pertinencia según la percepción de los colaboradores, debido al alto porcentaje de los proyectos realizados y el orden de prioridad sobre aquellos enfocados al

ambiente.

Igual se clasificaron los proyectos del ambiente y voluntariado como aquellos tipos que más realizan estas empresas; observándose también que el orden de prioridad de los colaboradores para considerar una empresa socialmente responsable son aquellas que realizan proyectos enfocados al ambiente y a promover la salud integral de sus empleados.

Por otro lado, la relación de los proyectos realizados con los resultados de estos; sí se asevera como eficiente, dejando los colaboradores claro el cumplimiento de los objetivos de los mismos.

Se espera que este estudio sea de interés para profesionales y estudiantes de las carreras de administración de Recursos Humanos y del ámbito de Comportamiento Organizacional.

PALABRAS CLAVES: Proyectos de Responsabilidad Social (PRS), percepción de la pertinencia.

Abstract

Is meant by corporate social responsibility to the remuneration given to the community by the company that conducts its business in it. In this study the variables used were the types of social responsibility projects (environmental, health, social and even those who reach customers and suppliers), plus the perception of employees about whether these projects actually help the community. The research was a descriptive and quantitative analysis, using a survey to get a sample of 50 employees of the companies Citibank, HSBC and Bac San José. And was determined that there is a high level of relevance perceived by employees due to the high percentage of projects and prioritize those focused on the

environment.

The most common project made by this companies are the ones related with the environment and volunteering, also the priorities for the partners to consider a company socially responsible are those that carry out projects focused on the environment and promote the overall health of their employees. On the other hand, the relationship of the projects undertaken with the results of these, it is asserted as efficient. It is hoped that this study will be of interest to professionals and students in Human Resources Management and Organizational Behavior area.

KEY WORDS: Social Responsibility Project (SRP), perception of relevance.

Introducción

Costa Rica se enorgullece de tener ciudadanos con altos valores, sensibles a las necesidades de otros y cuidadosos del ambiente que los rodea, a su vez está inmersa en un mundo globalizado con empresas líderes que velan por esos mismos valores. Ejemplo de éstas son las principales compañías del Sector de Banca Privada: Citibank, Bac San José y HSBC.

Dichas empresas realizan proyectos de responsabilidad social como lo son protección al medio ambiente, sustentabilidad corporativa e inversión en las comunidades y el éxito de los mismos depende de las personas que se involucran en ellos. Por tanto, es necesario saber si estas personas perciben dichos proyectos como pertinentes e impactantes en su entorno.

Antes es importante introducir el concepto de responsabilidad social. Cuando se comenzó a hablar de responsabilidad social, Steiner (1971) la definió como la corresponsabilidad en el alcance de metas básicas de la sociedad que deben tener las empresas; es decir los inversionistas y comerciantes no pueden olvidarse de ayudar a solventar las necesidades básicas de las personas que les rodean, y si se extiende a un concepto más actual Cortina (2003) habla sobre el concepto de ética denotando la autonomía y la libertad de operación según las regulaciones de las acciones. En otras palabras Cortina quiere mencionar el compromiso de actuar con conciencia, comprendiendo que existe un comportamiento el cual es normado.

Según el panel de expertos en la materia de sociología conformado por: el Sr. Diego Chaverri (Sociólogo), la Sra. Evangelina García (Socióloga) y el Sr, Pablo Chaverri (Trabajador Social) en una entrevista realizada el día 28 de Octubre del 2011; se puede señalar que existen cuatro tipos de población:

- Rural
- Marginal
- Urbana
- Urbano-Marginal

Cada una de ellas con sus propias características, según la mayoría de los expertos consultados expresaron que todos los diferentes tipos de población presentan las siguientes necesidades:

- Ambiental
- Salud
- Social
- Clientes y Proveedores

La observación que se hizo ante estas dos variables es que a pesar que existe un estándar de clasificación de la población, no se debe ser tan cerrado, también podría tomarse en cuenta: género, etnicidad, inclusive el estrato económico.

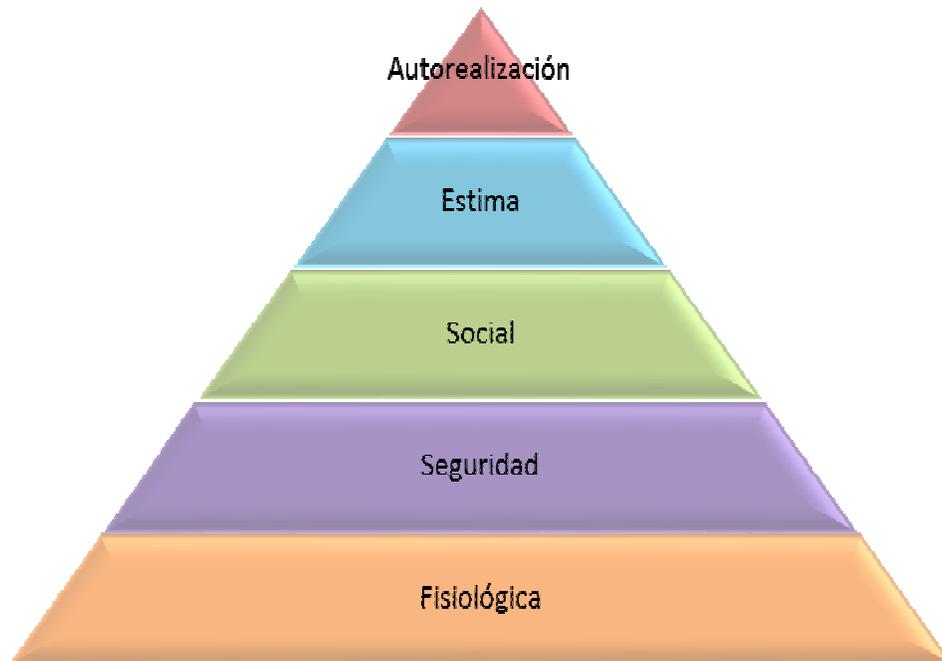
Con lo anterior, se puede mencionar los tipos de proyectos de responsabilidad social al analizar en este estudio según García, A., Verástegui, J., & Fernández, F. (2011):

- Actividades a favor del ambiente: Son aquellas que ayudan a la preservación del medio ambiente por medio de campañas educativas en temas de reciclaje, limpieza, entre otros; y/ o alguna obra que afecte de manera directa una zona específica.
- Donaciones de tiempo y trabajo voluntario: Se refiere al tiempo empleado (no lucrativo) en la realización de una obra benéfica a favor de alguna institución de una comunidad determinada; ejemplo: pintar una escuela.
- Proyectos de capacitación para empresarios, escuelas u otros: Es cuando los mismos colaboradores comparten sus conocimientos en tema de finanzas, administración, entre otros; para capacitar a una población

específica.

- Donaciones de bienes materiales: Es cuando se designa una cantidad de dinero para la compra de bienes materiales a favor de la comunidad.
- Actividades para promover la salud: Son campañas realizadas por la empresa con el fin que sus colaboradores se realicen exámenes de rutina para conocer su estado físico, así como para acceder con mayor facilidad a servicios ofrecidos por especialistas en esta área.

Al hablar de necesidades básicas es necesario retomar la pirámide que creó el Sr. Abraham Maslow en 1954 en donde expone en resumen lo que espera una persona para encontrarse completamente realizada de manera física, mental y emocional:



Necesidad	Detalle
Autorrealización	Se refiere a la “motivación de crecimiento”: Moralidad, creatividad, resolución de problemas, entre otros.
Estima	Son las concernientes a la sana autoestima de la persona: auto reconocimiento, respeto, confianza y éxito.
Social	Es el sentimiento de ser aceptado o integrado: Afiliación amistad, afecto, (...)
Seguridad	Son aquellas enfocadas en asegurar el bienestar del individuo: física, mental y económicamente.
Fisiológica	Se refiere a las necesidades básicas del ser humano: respiración, alimentación, descanso (...)

Por tanto, las empresas para considerarse socialmente responsables deben trasladar el cumplimiento de este tipo de necesidades a las comunidades a las que pertenecen o bien a las que desean alcanzar.

Como se indicó, los proyectos de responsabilidad social deben responder a necesidades del entorno; para ello es muy importante conocer la percepción que tienen los colaboradores de estos proyectos con respecto a la pertinencia de los mismos, ¿responden a necesidades reales de la comunidad? ¿son las necesidades prioritarias del grupo al que se atendió? ¿permiten resolver problemas a largo plazo? ¿brindan herramientas y oportunidades de desarrollo futuro?

Carroll (1993) define percepción como el conjunto de diferentes elementos y concepciones individuales que posee una persona acerca de algo, lo cual dependerá meramente del carácter individual de la persona, ser racional y autónomo.

De lo anterior se infiere que según la percepción de los colaboradores se considera a una empresa socialmente responsable cuando esta no solo satisface las necesidades de la comunidad si no, que estas sean las de orden prioritario en sus habitantes.

Por ello, se desprende la pregunta de esta investigación:

¿En qué medida son pertinentes los Proyectos de Responsabilidad Social según la percepción de los colaboradores de las empresas del Sector de Banca Privada: Citibank, Bac San José y HSBC en Costa Rica?

Los objetivos son:

- Determinar en qué medida son pertinentes los Proyectos de Responsabilidad Social según la percepción de los colaboradores de las empresas del Sector de Banca Privada: Citibank, Bac San José y HSBC en Costa Rica
- Clasificar los tipos de proyectos de responsabilidad social según el orden de prioridad que le asignan los colaboradores de Citibank, Bac San José y HSBC.
- Identificar la percepción que tienen los colaboradores de Citibank, Bac San José y HSBC según los logros y beneficios alcanzados en los proyectos de responsabilidad social.
- Establecer la relación entre los tipos de proyectos realizados y los logros identificados por los colaboradores de Citibank, Bac San José y HSBC de los mismos.

De igual manera, se encuentra dirigido a profesionales en el área de comportamiento organizacional y ramas similares como administradores de recursos humanos; así como los estudiantes de estas carreras

Marco Metodológico

El tipo de investigación utilizado fue descriptiva, se realizó también un análisis cuantitativo de los datos. La muestra estuvo conformada por el total de la población, es decir, los 96 colaboradores de los bancos Bac San José, Citibank y HSBC de las sedes centrales. No obstante, 46 funcionarios no desearon participar en la investigación por motivos diferentes, y la muestra real la integraron 50 colaboradores.

Los datos del contacto con los funcionarios de estas empresas se consiguieron a través de las páginas web correspondientes.

Se envió un link con una encuesta por medio de Survey Monkey, y un recordatorio tantos días después. Esta se envió a 96 personas de las cuales respondieron 50 colaboradores. Se les ofreció a cambio los resultados de la investigación y ser enviada vía electrónica.

El instrumento aplicado fue una encuesta, la misma se construyó de la siguiente forma:

- Se definieron las variables desglosándolas en sus componentes esenciales según la teoría, y se redactaron preguntas para obtener información sobre el comportamiento de dichas variables.
- Se realizaron 9 preguntas: 6 cerradas, 2 abiertas y 1 cuadro con nueve afirmaciones tipo Likert de seis opciones de respuesta.
- Se aplicó la encuesta a un pequeño grupo de prueba para comprobar si las preguntas eran fácilmente comprendidas por ellas, para luego realizar las correcciones del caso.
- Se concluyó el proceso al aplicarla por medio de Survey Monkey

Las variables utilizadas son:

Proyectos de RSE: Son aquellos programas que realizan las empresas a favor de las comunidades o el medio ambiente por compromiso social adquirido.

Percepción de las personas sobre la satisfacción de las necesidades comunitarias: Son las ideas que tienen las personas de lo que se considera realmente pertinente a la hora de satisfacer de la mejor manera las necesidades de una comunidad específica.

Por otro lado, el análisis cuantitativo se realizó de la siguiente manera:

Nivel de pertinencia alto: En los casos en los que las prioridades percibidas por la población encuestada coincidan con los proyectos realizados en la realidad y los logros alcanzados.

Nivel de pertinencia moderado: Si las prioridades señaladas son diferentes a los proyectos realizados aun cuando se obtengan grandes logros

Nivel de pertinencia bajo: En aquellos casos en los que las prioridades y los proyectos sean muy diferentes entre sí, y los logros no sean percibidos como importantes.

Limitaciones

El presente estudio no abarcó la opinión pública, es decir personas de la comunidad, municipalidades, centros educativos, entre otros. Por tanto, se recomienda para futuras investigaciones el tomarlos en cuenta.

A la hora de realizar el análisis se visualizó que debido al planteamiento de las preguntas no pude ser factible el realiza un análisis correlacional.

Resultados

En el presente apartado se realizará el análisis individual de tipo cuantitativo de las preguntas realizadas en la encuesta.

De la muestra estudiada (50 colaboradores) se tiene en generalidades lo siguiente:

El banco con mayor participación fue Citibank con un 60% sobre el total, le sigue Bac San José con un 34% y por último HSBC con apenas un 6%.

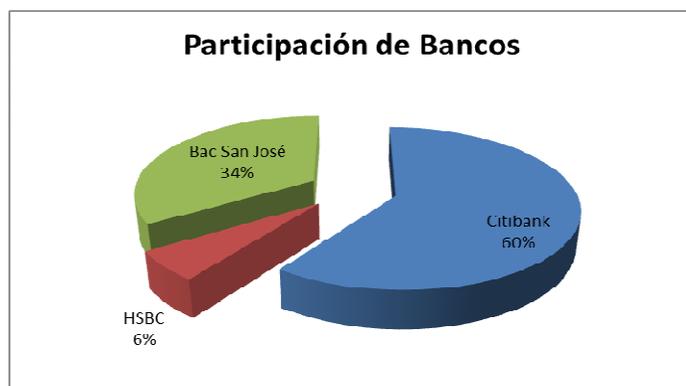


Gráfico 1

En lo que se refiere a rango o puesto de los participantes se tiene que el 80% de los encuestados corresponden a puestos de personal de apoyo; mientras que el 20% representan los líderes o jefes que realizaron la encuesta. Esto nos da a entender que entre ellos existe una población que puede tomar decisiones e impactar positivamente la realización de los proyectos de responsabilidad social si estos desearan involucrarse de manera más activa; como por ejemplo dando a conocer sus ideas o puntos de vista y las de su personal a cargo.

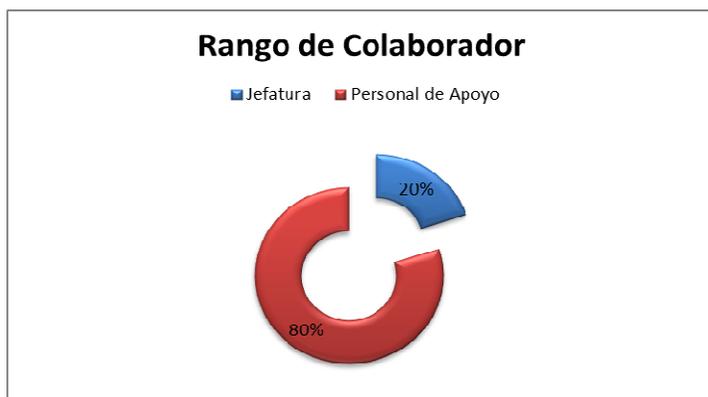


Gráfico 2

Con respecto al grado de antigüedad laboral se difiere por el 46% obtenido que la mayoría de los colaboradores encuestados tienen un tiempo trascendental dentro de la compañía, por lo que sus aportes al mejoramiento de los proyectos de responsabilidad social deben ser tomados en cuenta por las personas responsables de los mismos.

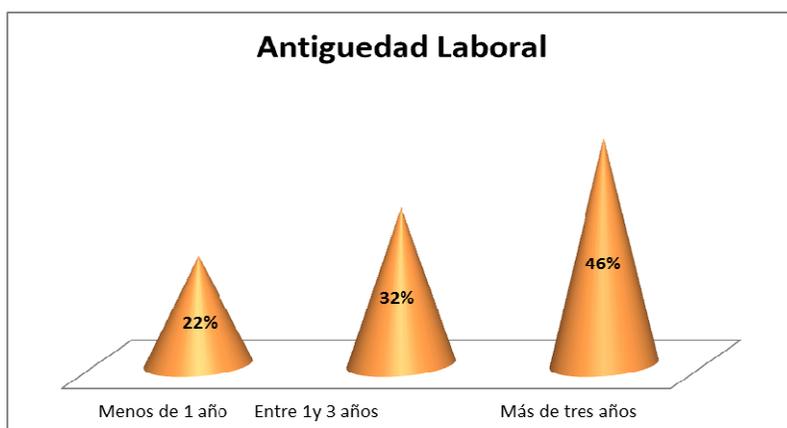


Gráfico 3

Los gráficos n° 4 y 5 demuestran la realidad de las principales empresas de banca privada en nuestro país, sobre si efectúan o no proyectos de responsabilidad social y cuáles son los tipos específicos con mayor frecuencia realizados.

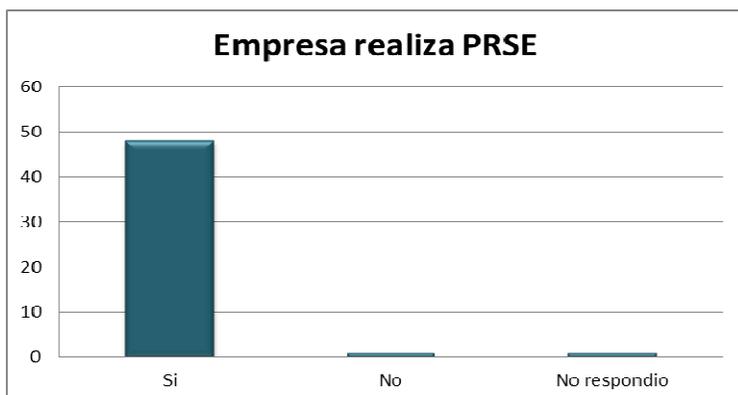


Gráfico 4

Cuarenta y ocho encuestados contestaron afirmativamente, un colaborador difiere de estos y otro omite la pregunta. Según el gráfico se asegura que el compromiso social de las empresas es genuino y no está por demás el recordar que ellas hacen referencia de sus proyectos en las diferentes páginas mostradas en la red.

Uno de estos proyectos son las denominadas ferias de la salud que promueven el bienestar de los colaboradores al tener acceso a exámenes que determinen su estado físico, así también como obtener servicios especializados a mejores costos.

La tabla y el gráfico sobre los tipos de proyectos que se realizan en las organizaciones, se puede observar que con el 22% de la muestra lo que les caracteriza son los de actividades a favor del ambiente, seguido por los de donación de tiempo y trabajo voluntario (20%), proyectos de capacitación (19%), donaciones de bienes materiales (15%) y las actividades para promover la salud (13%).

Proyectos de responsabilidad social realizados por la empresa	Cantidad de Respuestas
Donaciones de bienes materiales	24
Donaciones de tiempo y trabajo voluntario	31
Actividades a favor del ambiente	34
Actividades para promover la salud	21
Campañas de comunicación para clientes y proveedores (Publicación de los resultados de los proyectos de	16
Proyectos de capacitación para empresarios, escuelas u otros	30
Otro	2

Tabla 1

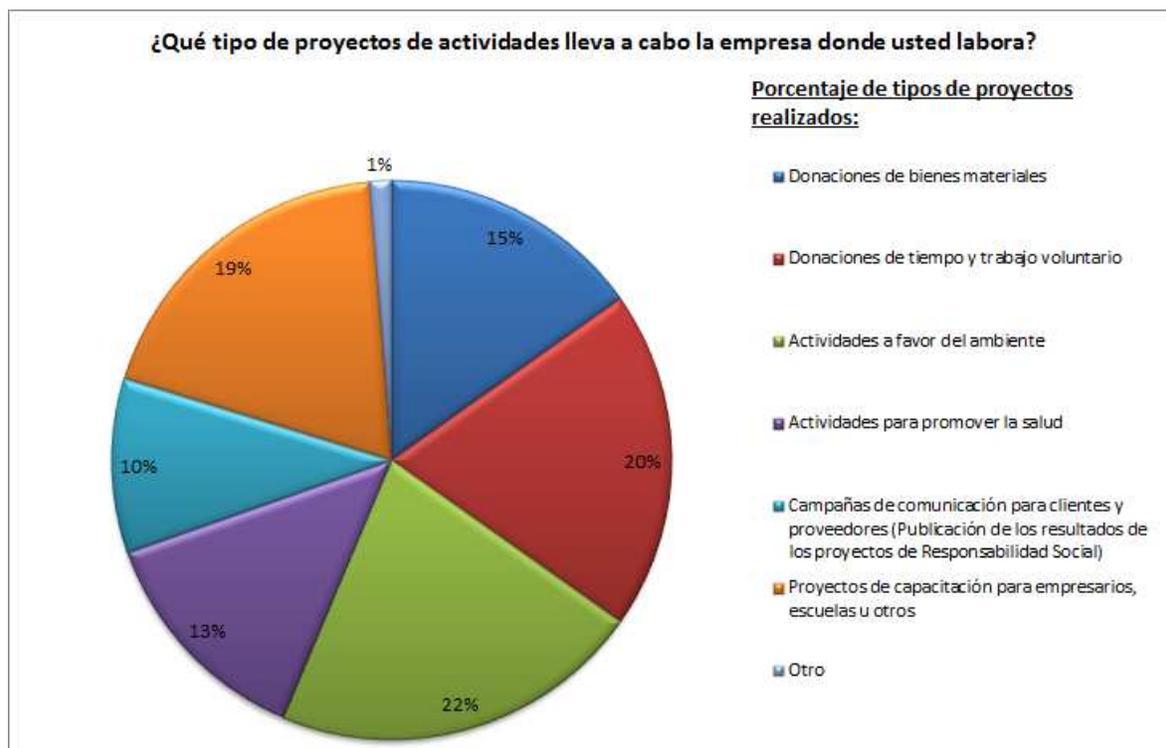


Gráfico 5

Interesante es saber que la banca privada es consciente de lo que es realizar (según los estudiados en responsabilidad social) un verdadero proyecto de esta índole, no es aportar dinero y dar por finalizada la obra si no involucrarse con temas de ayuda al entorno (medio ambiente) y a la comunidad.

Se puede agregar que el tiempo de voluntariado no es solamente valioso por su aporte o logros alcanzados, sino también por la sensibilización adquirida hacia los vecinos comunitarios y la creación de vínculos entre colaboradores y la identificación con los valores de la empresa a la que pertenecen.

En cuanto a los colaboradores que respondieron al ítem “otro”, especificaron que la empresa realiza programas de educación financiera a niños.

Se consultó el último proyecto realizado en los últimos 6 meses por los colaboradores; sin embargo, debido a su planteamiento muchos la omitieron o respondieron de manera negativa.

Al analizar una de las encuestas se pudo vislumbrar que el problema consistía en que Citibank (empresa con mayor número de participantes) realiza los proyectos de responsabilidad social anualmente, en donde da a entender la limitante en la cifra de respuestas obtenidas, pero por otra parte surge una de las recomendaciones y es realizar de manera regular este tipo de trabajos.

El resumen de participación en los diferentes tipos de proyectos de responsabilidad social de las 41 respuestas obtenidas es el siguiente:

- a) 10 personas no han participado en ningún proyecto, sea en los últimos 6 meses o en toda su carrera profesional.

- b) 9 colaboradores realizaron proyectos de voluntariado.
- c) 8 funcionarios dirigieron sus esfuerzos al género ambientalista.
- d) 6 respondieron que brindaron diferentes tipos de capacitaciones en la comunidad.
- e) 4 realizaron donaciones y otros 4 se involucraron en campañas de salud.
- f) 9 encuestados omitieron la pregunta.

De lo anterior se difiere que:

- La mayoría de los encuestados si participan en los proyectos de responsabilidad social que realiza la empresa.
- Los proyectos con mayor participación son los de tipo voluntariado, seguidos por los ambientalistas y los de capacitación.
- Son pocos los colaboradores que apoyan los de tipo donativo o los de tema de salud.
- Existe un porcentaje significativo que no ha sido alcanzado por los responsables de organizar estos proyectos para que sean involucrados o formen parte del trabajo comunitario que se realiza.

El siguiente gráfico representa el grado de prioridad que los colaboradores dan a los diferentes tipos de proyectos que realiza la empresa para la que laboran:

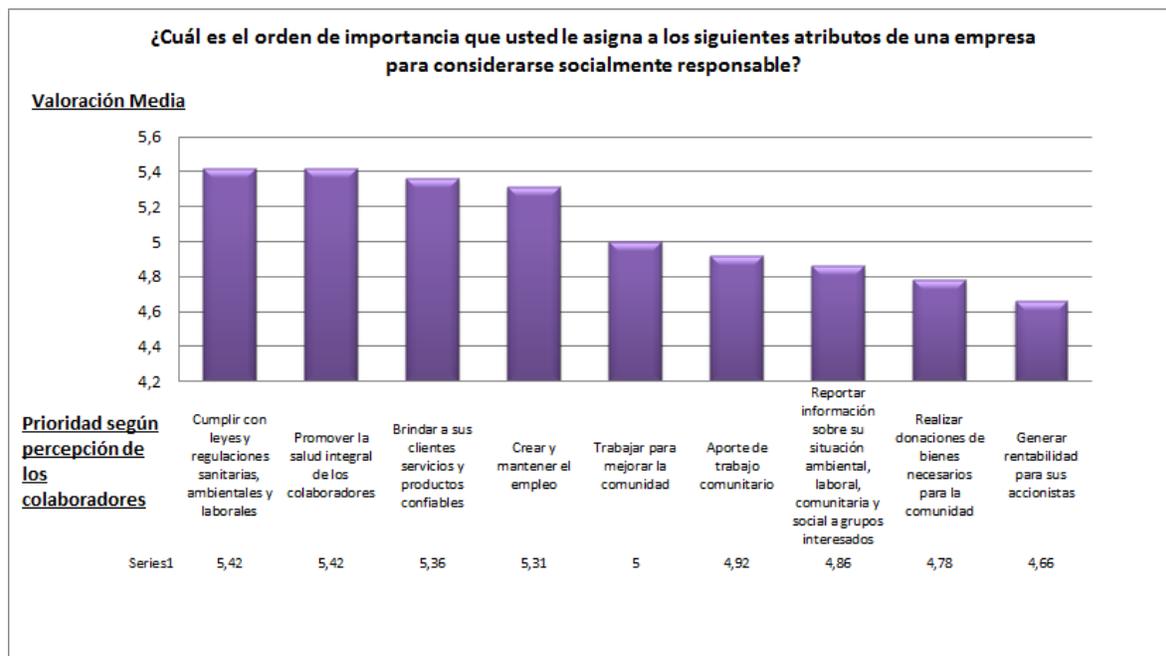


Gráfico 6

Prioridad según percepción de los colaboradores	Valoración media
Realizar donaciones de bienes necesarios para la comunidad	4,78
Aporte de trabajo comunitario	4,92
Cumplir con leyes y regulaciones sanitarias, ambientales y laborales	5,42
Promover la salud integral de los colaboradores	5,42
Generar rentabilidad para sus accionistas	4,66
Crear y mantener el empleo	5,31
Brindar a sus clientes servicios y productos confiables	5,36
Trabajar para mejorar la comunidad	5
Reportar información sobre su situación ambiental, laboral, comunitaria y social a grupos interesados	4,86

Tabla 2

Debido al alto grado de compromiso de los colaboradores se puede aseverar que el perfil de los mismos se refleja en la manera de pensar de estos; y por tanto no es de extrañarse ver el comportamiento denotado en el orden de prioridades.

En su mayoría consideran de suma importancia el cumplir con las leyes y regulaciones, así como brindar servicios y productos confiables a los clientes, esto es lo denominado por varias compañías el dar cuentas de lo que se hace (ser veraz e íntegro).

Por otro lado, también está en los tres primeros el promover la salud integral de los colaboradores, dejando claro que la empresa no sólo debe preocuparse de los clientes externos si no del bienestar de su propio personal.

El siguiente gran grupo va enfocado al área meramente social y no solo de comportamiento ético, dejando claro por las mínimas diferencias entre los ítems evaluados que todos forman parte importante para considerar a una empresa socialmente responsable.

De lo anterior podemos confirmar lo expresado por Maslow que es importante velar por el orden de prioridades de las necesidades, se deben satisfacer las de primer nivel (fisiológicas y seguridad) seguidas por las de carácter social, estima y autorealización.

La tabla n° 3 hace referencia que el logro alcanzado con mayor probabilidad de éxito es el de desarrollo de proyectos ambientales seguido por la concientización de la población en general en relación a temas de interés para la comunidad.

Logros de la empresa a través de los proyectos de responsabilidad social	Cantidad de Respuestas
Desarrollo económico a través de la creación de nuevas fuentes de empleo	15
Desarrollo de proyectos ambientales (reciclaje, protección de recursos, entre otros)	31
Concientización de la población en general (clientes y proveedores) en relación a temas de interés para la comunidad	22
Promoción de la salud, tanto a nivel interno como externo	19
Otro	3

Tabla 3

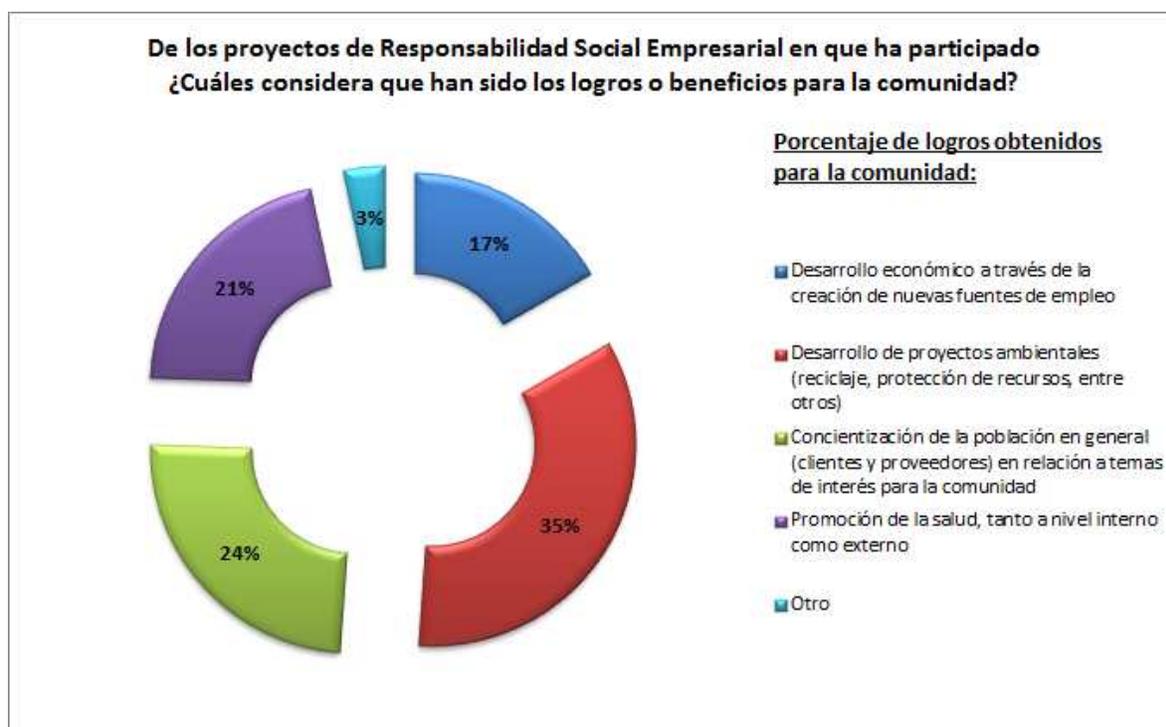


Gráfico 7

Según estos tres resultados (realización de proyectos, percepción de pertinencia y resultados de proyectos) se puede observar una relación directamente proporcional entre la percepción de los colaboradores, los proyectos realizados por las empresas y los logros alcanzados a través de ellos, puntualizando al ambiente como el de interés común. Asimismo, se determinó que a pesar que se considera relevante el que la empresa realice proyectos que velen por la salud integral de los colaboradores esta se encuentra ubicada una posición por debajo del trabajo de voluntariado.

Se puede concluir a grandes rasgos que las principales empresas del sector de banca privada en Costa Rica efectivamente realizan proyectos de responsabilidad social, que además desde el punto de vista de los colaboradores van acorde con lo que ellos perciben en dirigir los esfuerzos de la mejor manera y que a su vez se cumplen los resultados.

Conclusiones

El presente apartado revelará la respuesta de la pregunta de investigación igualmente al cumplimiento de los objetivos.

El estudio determinó que el nivel de pertinencia de los PRS según la percepción de los colaboradores es alto por que tanto el orden de prioridad, el mayor proyecto realizado y el logro más exitoso es el de tipo ambiental.

Se observó también, según la tabla que se presenta a continuación el orden de prioridad de los proyectos de responsabilidad social en que los colaboradores creen que deben realizarse para atender a las necesidades comunitarias es:

Prioridad según percepción de los colaboradores	Valoración media	Posición de Prioridad
Cumplir con leyes y regulaciones sanitarias, ambientales y laborales	5,42	1
Promover la salud integral de los colaboradores	5,42	2
Brindar a sus clientes servicios y productos confiables	5,36	3
Crear y mantener el empleo	5,31	4
Trabajar para mejorar la comunidad	5	5
Aporte de trabajo comunitario	4,92	6
Reportar información sobre su situación ambiental, laboral, comunitaria y social a grupos interesados	4,86	7
Realizar donaciones de bienes necesarios para la comunidad	4,78	8
Generar rentabilidad para sus accionistas	4,66	9

Tabla 4

Y con respecto a los proyectos con mayores beneficios alcanzados son los proyectos que desarrollan proyectos ambientalistas, de ayuda social y aquellos enfocados en velar por la salud de los colaboradores.

Un ejemplo de la relación entre proyectos realizados y logros alcanzados es la campaña da salud a favor de los colaboradores y el día mundial de la comunidad de Citibank. En ambos casos se ve la buena organización de los encargados y por otro lado la participación activa de colaboradores identificados con el tema de responsabilidad social.

Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones que se pueden dar a estas empresas son:

Se debe realizar un estudio para identificar las necesidades reales de la comunidad y los alcances de cada proyecto; así como monitorear los resultados de estos. Además es importante comunicar de los mismos a los colaboradores para que estos se sientan más identificados con las obras realizadas y sean motivados a participar en ellas y dar opiniones de las mismas, ayudando a mejorar estas actividades.

No obstante, para futuros estudios se recomienda tomar en cuenta a la población externa como lo son los líderes comunitarios y personas directamente beneficiadas de los PRS.

Con respecto al instrumento se debe realizar con el propósito de enfocarlo en un estudio correlacional de variables, haciéndolo de esta manera más efectivo con la obtención de datos precisos.

Referencias

ENTRE EL CONCEPTO Y LA PRÁCTICA: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. (Spanish) (2010) *Estudios Gerenciales* 26(117), 119-130. Retrieved from EBSCOhost.

Luisa Naranjo Pereira, M. (2009). MOTIVACIÓN: PERSPECTIVAS TEÓRICAS Y ALGUNAS CONSIDERACIONES DE SU IMPORTANCIA EN EL ÁMBITO EDUCATIVO. (Spanish). *Educación* (03797082), 33(2), 153-170. Retrieved from EBSCOhost.

Real Academia Española, RAE (2011). Diccionario electrónico <http://rae.es/rae.html>

Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5 Edic.). México: McGraw Hill Interamericana.

García, A., Verástegui, J., & Fernández, F. (2011). Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales de la empresa. (Spanish). *Contaduría Y Administración*, (233), 73-83.

Panel de Experto consultado: Sociologos Evagelina García García, Diego Chaverri y Trabajador Social Pablo Caverri. Entrevista realizada el día 30 Octubre de 2011.

Anexos

Anexo 1

Encuesta realizada a colaboradores

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 en las empresas de banca privada en Costa Rica.

Si tiene alguna inquietud sobre la naturaleza y objetivos del cuestionario; o sobre el cuestionario en sí, puede comunicarse con Marianela Vargas Mendoza, estudiante de la Licenciatura en Comportamiento Organizacional de ULACIT, quien se encuentra a cargo del estudio a la dirección electrónica: vgmendoza21@gmail.com

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

1. Indique el nombre de la empresa para la que labora:

Citibank HSBC Bac San José

2. Favor indicar el tipo de puesto que usted desempeña

Jefatura Personal de apoyo

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

Sí ()

No ()

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

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

5. ¿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 (Publicación de los resultados de los proyectos de Responsabilidad Social)

() Proyectos de capacitación para empresarios, escuelas u otros

() Otro: _____

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

7. ¿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.

8. 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:

9. 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