

Percepción de funcionarios en puestos de oficina de las empresas privadas de Costa Rica sobre la responsabilidad social-individual

Por: Marianela Hernández Hernández
Licenciatura en Comportamiento Organizacional
Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

RESUMEN

El siguiente trabajo describe los resultados de un proyecto que investigó la percepción de los funcionarios en puestos de oficina de las empresas privadas de Costa Rica, acerca de la responsabilidad social-individual. La responsabilidad social individual consiste en la realización de acciones de manera individual para mejorar la sociedad y el entorno en el que se vive. Debe aumentar poco a poco, con el fin de acrecentar la conciencia en todos y todas. Por lo tanto, se quiso conocer los esfuerzos hechos por estos trabajadores así como también la motivación que los lleva a realizarlos. Por un lado, se llevó a cabo una investigación cuantitativa con un enfoque de alcance descriptivo. Se entrevistó a cincuenta funcionarios de oficinas, mayores de dieciocho años, que trabajan en empresas privadas con al menos un año de experiencia laboral. Los resultados mostraron que los encuestados no siempre son socialmente responsables. Además, que están dispuestos a participar de dichas actividades si contaran con más tiempo ya que les motiva ayudar a la sociedad. Esta investigación concluye que es fundamental que estos esfuerzos aumenten y que se incentive y enseñe a otros los beneficios de la responsabilidad social individual.

Palabras Clave: Responsabilidad social-Responsabilidad social individual- percepción-puestos de oficina.

ABSTRACT

The following research describes the results of a project that investigates the perception in individual social responsibility of employees of private companies in Costa Rica. Individual social responsibility is to take actions to improve the environment in which each person lives. IRS should increase little by little in order to create consciousness from all. Therefore we wanted to know the efforts made by them as well as the motivation that drives to make these. On the one hand, we conducted a quantitative research approach with a descriptive scope. We interviewed fifty employees over eighteen years old working in private companies with at least one year of work experience. The results showed that respondents are not always socially responsible, almost always or sometimes. In addition they are willing to participate in such activities if they had more time because it motivates them to help society. This research concludes that it is essential that these efforts increase to encourage and teach others the benefits of individual social responsibility.

Key Words: Social responsibility-individual social responsibility-perception- office staff

1. Introducción

1.1 Antecedentes

Actualmente ser socialmente responsable se ha convertido para muchas empresas en un requisito, ya sea porque existe un mercado competitivo en el cual quieren y deben sobresalir, porque realmente quieren ayudar al entorno o por ambos motivos. El tema de la responsabilidad social corporativa ha tomado gran fuerza en los últimos años, ha ido ganando un mayor espacio en el contexto empresarial mundial y se percibe un aumento significativo de las actividades relacionadas con este asunto (Vélez, 2011).

La responsabilidad social es definida por Mazzotti y González (2009) como una nueva política de gestión o un nuevo modelo de administrar organizaciones cuidando de los impactos y efectos colaterales que se generan a diario, adentro y afuera de la institución. Este concepto de responsabilidad ha generado contagio a las demás organizaciones que no realizan prácticas con este fin y se han empezado a preocupar por ser socialmente responsables.

Según Entrepreneur (2011) “aún no podemos probar que la RSE genera más ventas; sin embargo, está comprobado que los lazos de lealtad entre una empresa que implementa estas prácticas y sus clientes se fortalecen” (p. 64) Esos vínculos se estrechan con el fin de generar la relación uno a uno que toda organización busca. Además, cada día existe más conciencia social entre las personas a quienes interesa buscar productos amigables con el medio ambiente o ligados con obras de bien social.

Agrega Entrepreneur (2011): “La responsabilidad social empresarial (RSE) es el compromiso voluntario que un negocio adquiere con la economía, la sociedad y el medio ambiente a través de su operación día a día” (p. 62). Es un compromiso que debe venir desde los altos mandos de la empresa y contagiar a cada uno de los colaboradores con el fin de lograr su efectividad o viceversa.

Es importante lograr que los colaboradores se sientan identificados con la empresa y sus valores; por lo tanto si estos establecen ser socialmente responsables se incentivará el cumplimiento de las políticas corporativas y lo más importante, se logrará alinear los objetivos personales con los empresariales.

La responsabilidad social individual consiste en que cada persona realice acciones para mejorar el entorno en el que vive. Debe aumentar poco a poco con el fin de aumentar la conciencia en todos y todas. El presente trabajo consiste en verificar la responsabilidad social individual que están realizando funcionarios de oficina de empresas privadas en Costa Rica.

1.2 Planteamiento del Problema

¿Cómo perciben los funcionarios en puestos de oficina de las empresas privadas de Costa Rica su responsabilidad social-individual?

1.3 Objetivo General

Determinar la percepción de los funcionarios en puestos de oficina de las empresas privadas de Costa Rica sobre su responsabilidad social-individual

1.3.1 Objetivos Específicos

- Definir responsabilidad social individual.
- Conocer los esfuerzos que realizan los colaboradores en puestos de oficina para ser socialmente responsables.
- Determinar la principal motivación que tienen los colaboradores en puestos de oficina para realizar actividades de responsabilidad social individual.

1.4 Pertinencia

En Costa Rica ha ido creciendo la ejecución de la RSE, sin embargo, quizá no ha alcanzado a todas las organizaciones, poco a poco se le ha dado más importancia a estos temas tanto en las empresas nacionales como en las internacionales.

Actualmente en el país existen compañías que brindan servicios de responsabilidad social a las demás empresas; se encargan de hacer un estudio previo y asesorarlas en estos temas.

Por otro lado, la RSE en Costa Rica se ha convertido en un valor agregado para competir en el mercado. Ya que las prácticas que incrementa construyen una imagen positiva de las empresas, pues el participar en estos actos resalta frente a los clientes, proveedores e incluso, influye en que los mismos colaboradores se puedan sentir identificados con las acciones que realizan

A pesar de la relevancia de este tema los estudios se han enfocado en la RSE mas no en la responsabilidad social individual (RSI), por ello es importante conocer si en el ámbito personal también se está siendo socialmente responsable.

1.5 Alcances y Limitaciones

1.5.1 Alcances

Mediante este proyecto de investigación se aplicó un instrumento para conocer la percepción de funcionarios de puestos de oficina de empresas privadas, en relación con la responsabilidad social individual.

Con los resultados obtenidos en la investigación, se dará a conocer la principal motivación de responsabilidad social de los funcionarios de oficina, por lo que servirá de base para que en el futuro se pueda aumentar la colaboración de estas personas y de otras.

Con esta investigación se logró ahondar en el tema de la responsabilidad social individual, y además se dio a conocer prácticas que realizan funcionarios de oficina de empresas privadas para ser socialmente responsables.

1.5.2 Limitaciones

Los resultados se podrían ver afectados debido a que la población es muy amplia y al encuestar solamente a un porcentaje bajo, se podría afectar la exactitud del trabajo.

Los resultados del instrumento podrían no ser obtenidos a tiempo por los funcionarios de puestos de oficina, debido a su ocupada agenda y la respuesta al mensaje enviado por correo electrónico para completar la encuesta, podría atrasarse.

El término de responsabilidad social individual es relativamente nuevo por lo que la población podría tener ideas erróneas del mismo.

Las actividades de responsabilidad social individual son muy subjetivas y van de acuerdo con el estilo de vida y las costumbres de cada persona de la población.

2. Marco Referencial

2.1 ¿Qué es la responsabilidad social?

Ser socialmente responsable es un compromiso que se tiene con la sociedad, el medio ambiente y el entorno donde vivimos. Es encontrar una actitud de cambio ante todo lo que nos rodea.

Según Expok (2008) “la responsabilidad social es el compromiso contraído por las acciones u omisiones de cualquier individuo o grupo que generen un impacto en la sociedad; pudiendo recaer estas en una persona, organización, gobierno o empresa”, estos actos suelen ser positivos o negativos para la población involucrada.

Los grupos de interés deben defender sus intereses y poner en práctica la responsabilidad social fomentando la individual y la empresarial

Otra definición, según Puterman (2011), “es la responsabilidad que tiene una persona ante los impactos que sus acciones y decisiones tienen en su entorno”. Estas traen consecuencias que afectan o benefician sus alrededores.

La responsabilidad social es (según Nelson 2011):

- Un activo una filosofía
- Cumplir el ordenamiento jurídico nacional
- Contratar con proveedores responsables
- Ser transparente
- Invertir en mejoras que beneficien a los empleados, como otorgarle capacitaciones

La responsabilidad social NO es (según Nelson 2011):

- Caridad o filantropía
- Estrategia de Marketing
- Programas de las empresas
- Proyección de una buena imagen
- Invertir en recursos económicos
- Una ideología política

Es importante establecer la diferencia entre RSE y RSI. Según Puterman, la RSI no es un concepto lejano a la RSE, por el contrario, es el elemento que le debe dar combustible y que

hace que la RSE tenga sentido. Por lo tanto, la RSI debe ser el pilar de la RSE, no tendremos organizaciones responsables si la sociedad no lo valora (2012). Es decir el conjunto de responsabilidades individuales establecen la responsabilidad social corporativa.

2.2 ¿Qué es la responsabilidad social corporativa?

“La responsabilidad social corporativa es la suma de las Responsabilidades Sociales Individuales, desde el primer empleado hasta el último, de forma que sólo si todos los sumandos son positivos, podremos garantizar una RSC con mayúsculas” (Fernández, 2009, p.8). Como se mencionó, para tener responsabilidad social empresarial debemos contar con individuos motivados y que quieran colaborar y mejorar el entorno.

La actitud positiva y la predisposición de los colaboradores hacen que se asuma el compromiso con el entorno, la sociedad, la comunidad, la empresa, entre otras. Y como menciona Fernández, no se puede lograr la RSC o la RSE sin haber dedicado esfuerzo alguno a la Responsabilidad Social Individual (2011).

Otro concepto, según Meza (2011), “la responsabilidad social es asumir los problemas sociales, políticos y ambientales del entorno en el que se desenvuelve la empresa, puesto que la reducción, el control o el incremento de los mismos, terminan afectando su gestión”. Efectivamente, van a perjudicar a la empresa, actualmente es casi un requisito que las empresas sean socialmente responsables, al consumidor le gusta ver estos actos y además ayuda con su imagen corporativa.

Ser una empresa socialmente responsable ofrece grandes ventajas: da a la marca preferencia de compra, buena reputación y es considerada como una marca “humana”, nos corresponde conocerlas y apoyarlas. Salas (2011).

Por otro lado según Expok (2008), la RS es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad
 - Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas
 - Cumpla con la legislación
 - Esté integrado
- y se lleve esta práctica a toda la organización

El marco ideal de la responsabilidad social corporativa es que se incorpore al día a día de la empresa de manera permanente.

“Si las personas no son conscientes o no han interiorizado la necesidad de asumir una responsabilidad social y practican como norma el más absoluto individualismo... parece difícil que se pueda alcanzar la responsabilidad social de cualquier comunidad” (Fernández 2011).

Es importantísimo lograr crear esa conciencia no solo en uno sino también en las personas que nos rodean para así aumentar el número del grupo de los socialmente responsables, todo depende de la unión de todos para lograr una mejor sociedad.

2.3 ¿Qué es la responsabilidad social individual?

Las personas que hablan de la responsabilidad social individual son pocas y cuando lo hacen cometen el error de referirse básicamente a las actividades de carácter filantrópico (Putterman 2012).

Según Romero, la Responsabilidad Social Individual (RSI) es el estado de conciencia del impacto positivo o negativo de aquello que hacemos o dejamos de hacer que afecta el entorno en el que participamos, lo que se traduce en construir ciudadanía (2012). Si mi conciencia no me afecta porque realizo actos que benefician a mi alrededor ya sean personas, lugares o cosas, entonces podré confiar que realizo RSI.

También considera que la toma de conciencia, la armonización de intereses y el liderazgo responsable son solo algunas de las características que conforman la RSI y cuyo fin es construir ciudadanía informada, crítica y activa (Romero (2012).

En otras palabras, podríamos decir que “La Responsabilidad Social Individual no es más que la conducta ética del ciudadano para consigo mismo y con su entorno, y va mucho más allá del cumplimiento de las obligaciones legales, está relacionada con nuestra actitud en el hogar, con nosotros mismos, con nuestra familia, con nuestros amigos, con el ambiente, con el trabajo, con nuestros vecinos y con la sociedad” (Puterman 2012).

La Responsabilidad Social Individual es una nueva actitud que puede generar transformaciones importantes (Romero, 2012). Todo se empieza por una persona y conforme se va motivando a otros a realizar y a apoyar la causa, va creciendo esta actitud que logrará tener una mejor sociedad.

La RSI se refiere a la formación integral de las personas, en términos de sus prácticas y comportamiento ético tomando en cuenta los valores y principios inculcados en el hogar. RSI es sinónimo de transparencia, escucha activa y mejora continua personal (Puterman 2012), para lograr esta transformación se debe empezar por uno mismo y pronto veremos lo positivo.

Lo mismo considera Salas, la Responsabilidad Social Individual va mucho más allá del cumplimiento de nuestras obligaciones, es con el ejemplo como podemos ser agentes de cambio para una exitosa implementación de la actitud pro social en el hogar, en el gobierno, en el trabajo y en nuestra sociedad (2011). Con el ejemplo es la mejor manera de lograr contagiar la actitud positiva.

Por otro lado, la RSI puede ser vista en tres dimensiones:

Laboral: participación activa en la empresa y ser responsable en el trabajo

Ambiental: asumir los mismos principios que las organizaciones con el medio ambiente

Comunitaria: participación de las necesidades sociales (Puterman, 2012).

Debemos trabajar estas tres dimensiones con el fin de convertirnos en una persona íntegra en todo sentido y cuidar nuestro entorno siendo una persona socialmente responsable, la cual según Salas, vive con honestidad, respeto a la vida y a los seres humanos, vive en caridad y compasión. Asume su corresponsabilidad con el medio ambiente y con sus esferas sociales (2011).

Para concluir me gustaría terminar con esta frase de Fries (2011): “la responsabilidad por el país y por el mundo es cosa de todos y la persona verdaderamente responsable responde a la llamada de la obligación sin esperar a que otro se le adelante en la realización de la tarea”.

3. Métodos

3.1 Población

Se realizó una encuesta a cincuenta funcionarios de puestos de oficina en empresas privadas, los cuales en esta investigación se definen como personas que cuentan con un escritorio, computadora y teléfono en cualquier organización no gubernamental, debe contar con por lo menos un año de experiencia y tener más de 18 años. Se encargan de realizar cargos relacionados con cualquier tipo de departamento siempre y cuando tengan un puesto fijo en la oficina. Algunas de sus funciones pueden ser: atender llamadas telefónicas, revisar correo electrónico, enviar faxes, recepción de correspondencia y trabajo de documentos en general, solicitud de cotizaciones a proveedores y sus respectivas adjudicaciones, asistir en todo lo relacionado con el puesto.

3.2 Métodos de recolección de datos

Actualmente la manera más fácil de obtener respuesta de este tipo de instrumentos es a través de la web, ya que un gran porcentaje de personas cuenta con esta herramienta tan práctica.

En este trabajo se aplicó un cuestionario mediante *SurveyMonkey* (es.surveymonkey.com) herramienta que funciona para realizar encuestas por Internet, la cual se encarga de recopilar más fácilmente la información. De manera instantánea se analizaron los resultados obtenidos para dar respuesta a los objetivos de esta investigación.

La encuesta se envió al correo electrónico y se tomó en cuenta la respuesta de las primeras cincuenta personas. Se seleccionaron al azar, es decir mediante una muestra aleatoria.

Hernández, Fernández y Baptista mencionan que “todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (2010, p. 176), además, la definición de las características de la población y del tamaño de la muestra se hizo de manera aleatoria.

3.3 VARIABLES DE ANÁLISIS

Según Hernández, Fernández y Baptista una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse (2010, p. 93). En las

investigaciones se busca ver esta variación con el fin de definir si los resultados son los esperados o no.

Para este trabajo, la variable fue la percepción de la responsabilidad social individual que tienen los funcionarios de oficinas en empresas privadas.

Según Puterman (2011) la responsabilidad social individual es la conducta ética del ciudadano para consigo mismo y con su entorno y va mucho más allá del cumplimiento de las obligaciones legales, está relacionada con la actitud en el hogar, consigo, con la familia, con los amigos, con el ambiente, con el trabajo, con los vecinos y con la sociedad.

La percepción de RSI de los funcionarios de puestos de oficina se medirá con base en la cantidad de actividades que realicen, la frecuencia que las apliquen y el valor de importancia que le den a cada una.

Tipos de actividades que se consideran RSI para este trabajo

- Respetar las normas de convivencia comunitaria
- Participar de manera activa en reuniones de la comunidad
- Respetar las normas de seguridad vial
- Estar informado/a de la actualidad nacional
- Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling
- Reciclar
- Ahorrar agua y energía
- Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro
- Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo
- Cumplir con las obligaciones fiscales. (Fernández, 2011)

3.4 Diseño de estudio

En la presente investigación se realizó un estudio cuantitativo, el cual pretende explicar y predecir los fenómenos investigados buscando regularidades y relaciones causales entre elementos y tiene como meta principal la construcción y demostración de teorías por medio de datos numéricos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 6). Con el fin de obtener una información específica se obtienen conclusiones con base en la estadística de los resultados del o de los instrumentos.

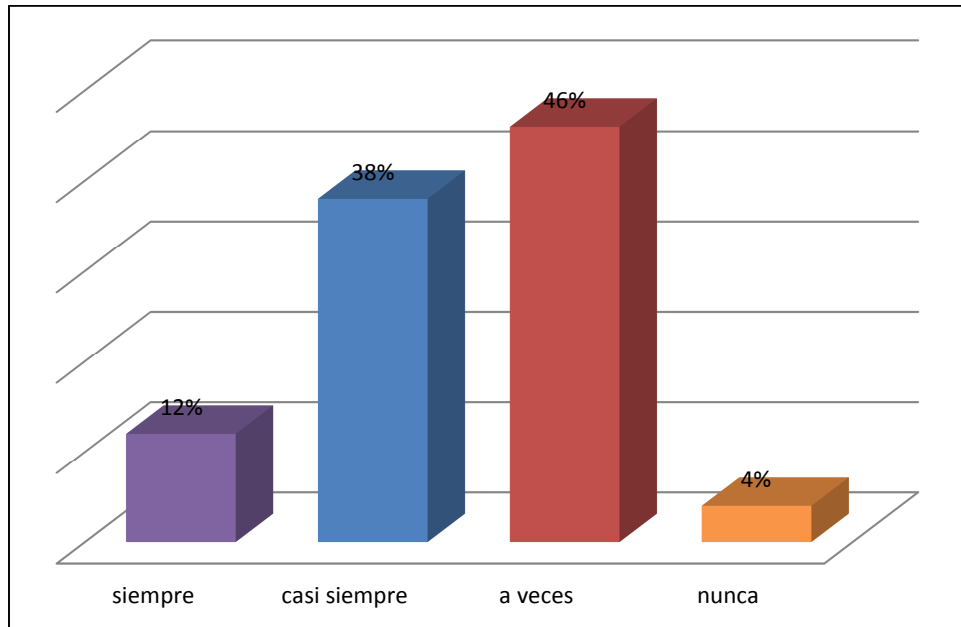
El estudio tiene un alcance descriptivo, el cual busca “especificar las propiedades, características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta al análisis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 80).

Para esta investigación, se especificará la percepción del RSI de la población en estudio con el fin de realizar un análisis sobre este tema, que permita no solo obtener resultados para los objetivos planteados, sino también que sirvan de base para futuras investigaciones y/o intervenciones sobre este tema.

4. Resultados

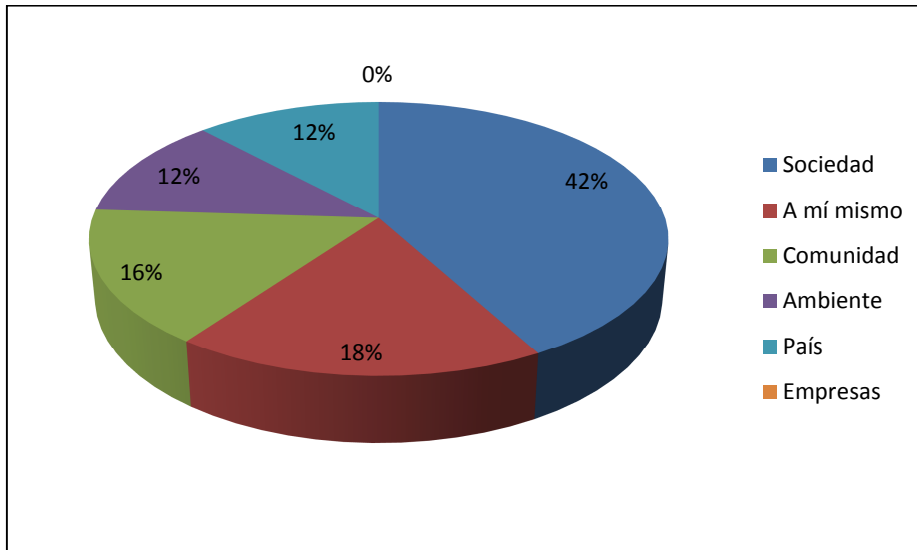
En esta sección, se presentan los datos obtenidos a partir de la información recolectada en la encuesta. La primera parte está enfocada en las actividades/acciones de responsabilidad social individual que realizan los funcionarios de oficina, ya sea la frecuencia, la importancia que le dan, la disposición a futuro, entre otras. Luego continúa la parte enfocada en la motivación, el qué y quién los motiva a realizar RSI.

Gráfico 1. Frecuencia de acciones de RSI realizadas



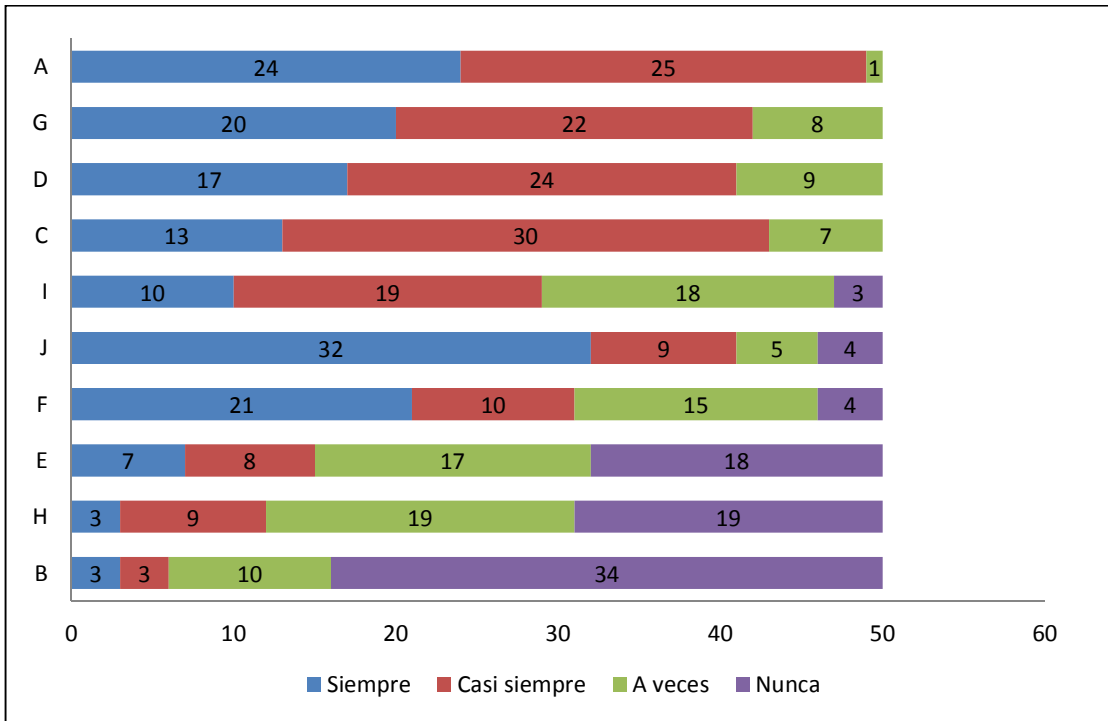
El gráfico anterior muestra la frecuencia en que la población realiza responsabilidad social. Se puede resaltar que 46% de los encuestados afirma que solo en algunas ocasiones realizan responsabilidad social individual. Solamente un 12% siempre participan de estos actos, seguido de 4% indica que nunca realiza RSI.

Gráfico 2. Principal beneficiario de la RSI



El gráfico 2 determina quién se beneficia de la responsabilidad social individual y muestra con 42% que los encuestados consideran que la sociedad es la más beneficiada de la RSI y la totalidad de la población afirma que las empresas no se benefician de estos actos.

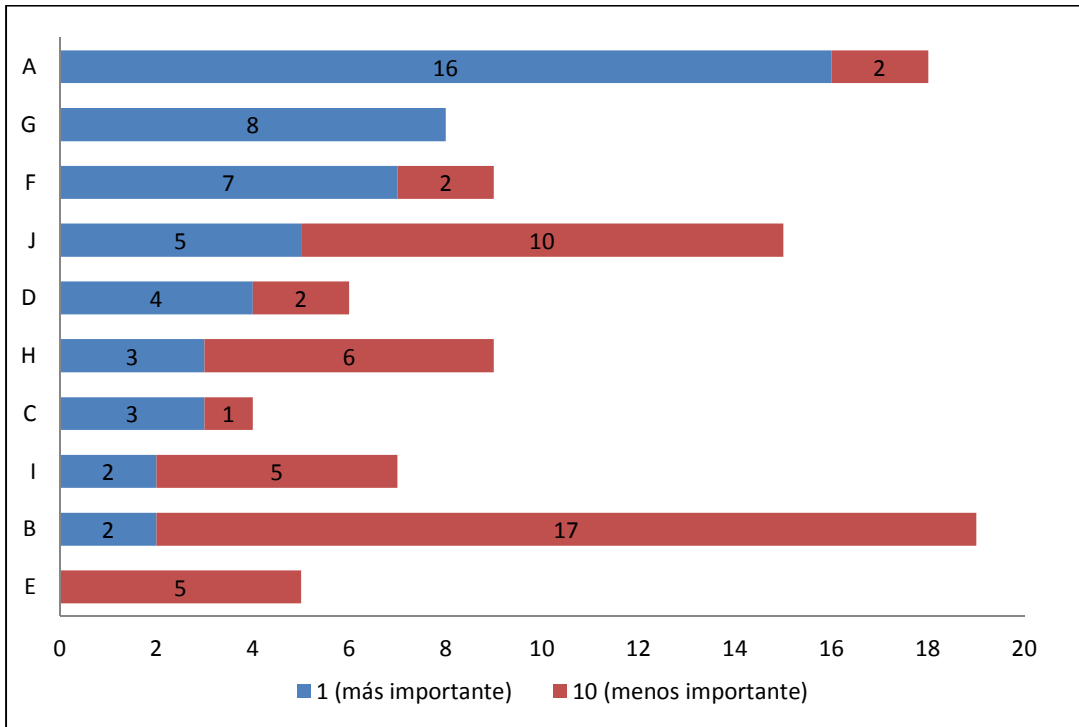
Gráfico 3. Frecuencia de realización de actividades de RSI



A-Respetar las normas de convivencia comunitaria **B**-Participar de manera activa en reuniones de la comunidad **C**-Respetar las normas de seguridad vial **D**-Estar informado/a de la actualidad nacional **E**-Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling **F**-Reciclar **G**-Ahorrar agua y energía **H**-Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro **I**-Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo **J**-Cumplir con las obligaciones fiscales

Este gráfico muestra claramente la frecuencia con que la población realiza distintas actividades de RSI, y se determina que las actividades que siempre realizan los encuestados son las del cumplimiento de las obligaciones fiscales (64%), el respeto a las normas de la comunidad (48%), el reciclaje (42%) y el ahorro de energía y agua (40%). Entre las que nunca realizan se destacan la participación en las reuniones de la comunidad (68%), el uso del transporte público u otros medios sostenibles (36%) y el apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro (38%).

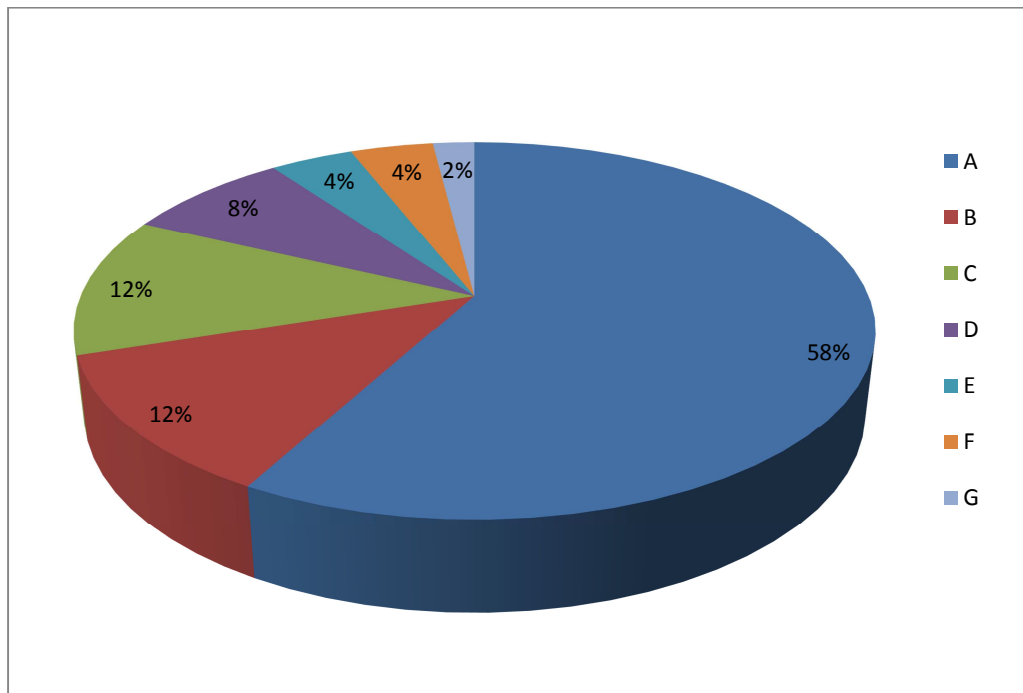
Gráfico 4. Importancia de acciones de RSI



A-Respetar las normas de convivencia comunitaria **B**-Participar de manera activa en reuniones de la comunidad **C**-Respetar las normas de seguridad vial **D**-Estar informado/a de la actualidad nacional **E**-Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling **F**-Reciclar **G**-Ahorrar agua y energía **H**-Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro **I**-Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo **J**-Cumplir con las obligaciones fiscales

En esta pregunta se solicitó que realizaran una escala de las actividades en mención con el fin de determinar los más y los menos importantes. Los encuestados consideran de suma importancia el respeto a las normas de convivencia comunitaria (32%), con un porcentaje menor pero igual considerable le siguen el ahorro de agua y energía (16%), así como también el reciclaje (14%). En el porcentaje de lo menos importante se destaca la participación en las reuniones de la comunidad (34%) y el cumplimiento de las obligaciones fiscales (20%).

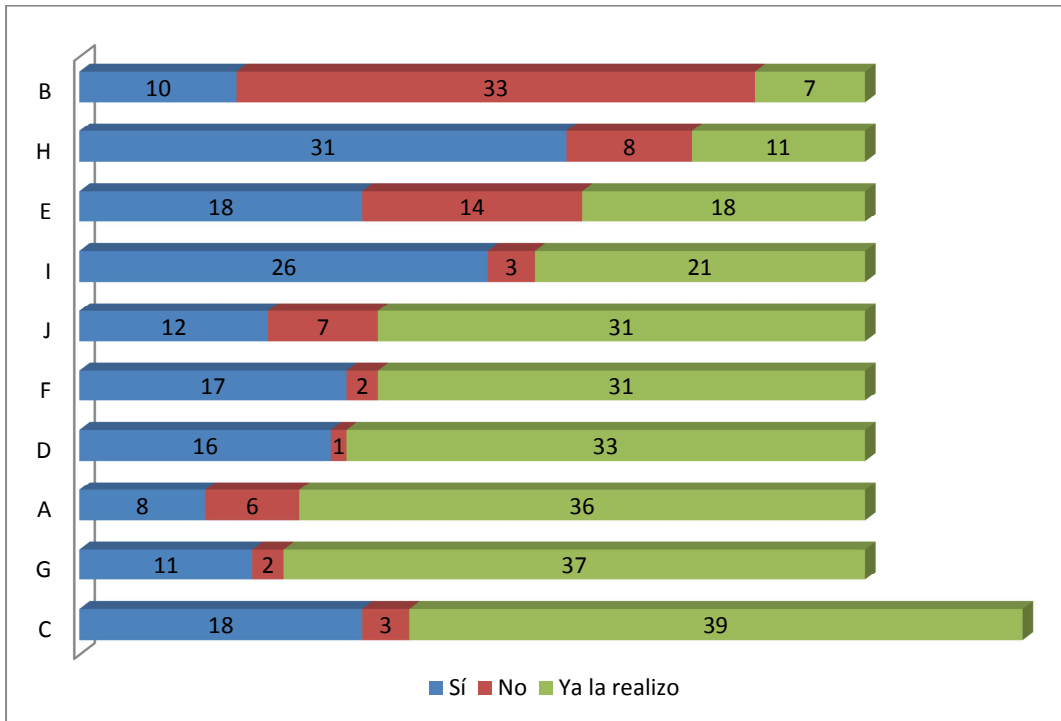
Gráfico 5. Razón del no involucramiento en RSI



A- No tengo mucho tiempo pero me gustaría tener más actividad en estos temas **B-** Tengo mucho interés en participar y pienso hacerlo a corto plazo **C-** No tengo tiempo **D-** No se cómo puedo ayudar **E-** No me interesa del todo este tipo de actividades **F-** Falta de compromiso de las demás personas **G-** Con lo que hago ya es suficiente, ¿para qué más?

En el gráfico a continuación explica la razón principal por la cual la población no realiza RSI. Queda claro que más de la mitad de los encuestados, es decir, 58% afirman que no cuentan con tiempo sin embargo les interesan los temas de responsabilidad social individual. Solamente 2% de los mismos considera que lo que realizan ya es suficiente y no quieren realizar más actividades.

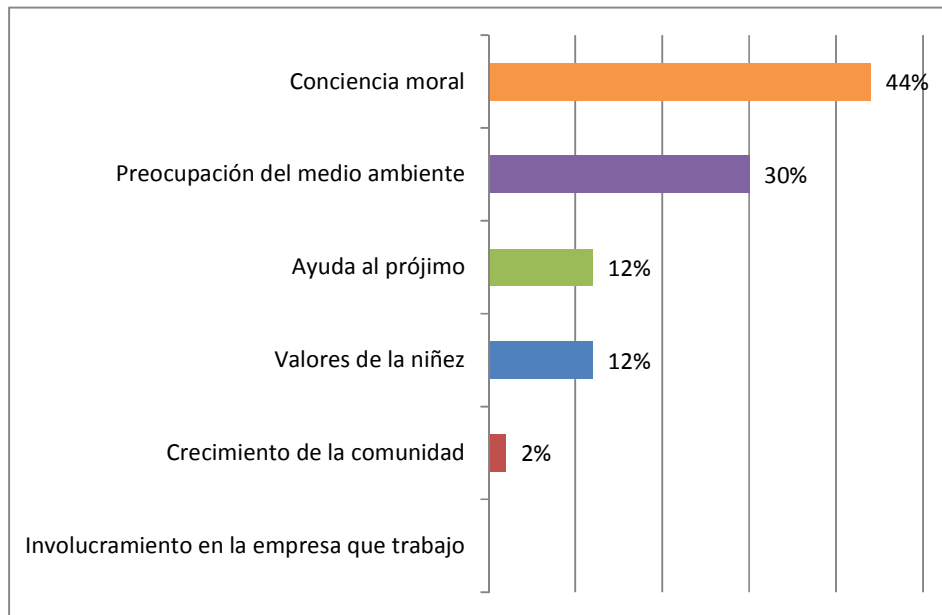
Gráfico 6. Acciones de RSI para realizar en un futuro



A-Respetar las normas de convivencia comunitaria **B**-Participar de manera activa en reuniones de la comunidad **C**-Respetar las normas de seguridad vial **D**-Estar informado/a de la actualidad nacional **E**-Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling **F**-Reciclar **G**-Ahorrar agua y energía **H**-Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro **I**-Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo **J**-Cumplir con las obligaciones fiscales

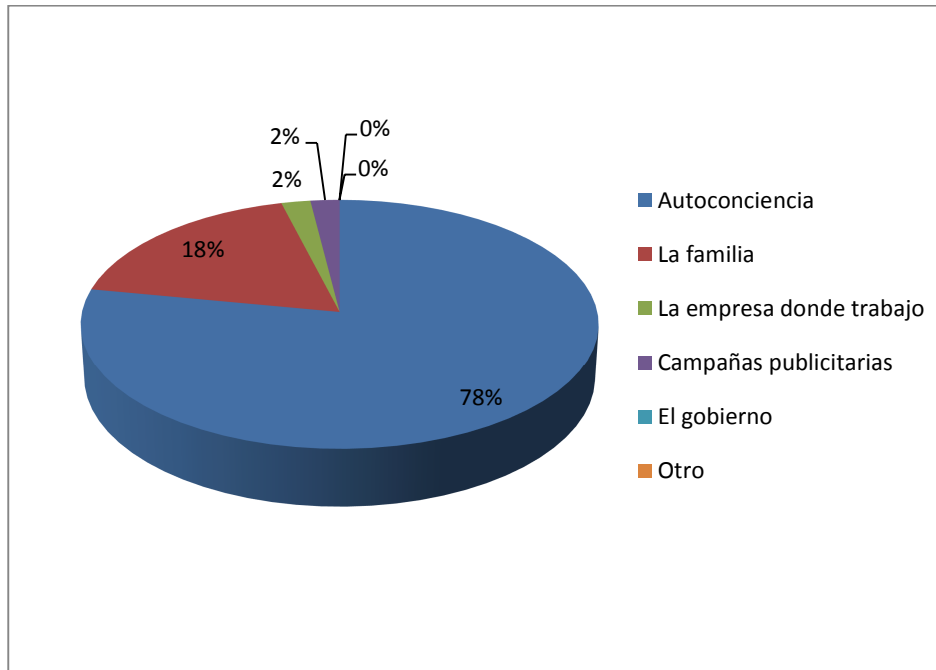
El gráfico muestra actividades de RSI que los encuestados podrían realizar en un futuro y además indica cuales son las acciones que actualmente están participando. Un alto porcentaje de la población considera que la cooperación de manera activa en las reuniones de la comunidad es algo que no harían ni a corto ni a largo plazo. Un alto porcentaje de los encuestados realizan muchas de las actividades en mención.

Gráfico 7. Principal motivación para realizar RSI



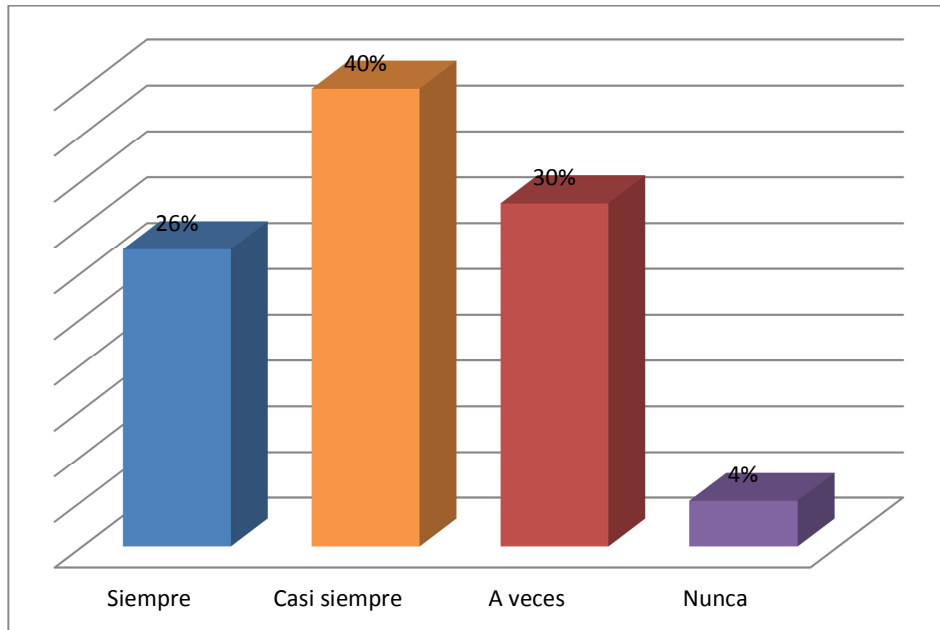
La principal motivación de los colaboradores encuestados es mostrada en el gráfico a continuación, el cual indica que 44% de los encuestados realizan sus acciones de responsabilidad social individual debido a la conciencia moral, 30% por la preocupación al medio ambiente y es evidente que no existe o es poca la motivación relacionada con el crecimiento a la comunidad o el involucramiento en la empresa de las actividades que realiza la empresa donde trabajan.

Gráfico 8. Fuente de motivación para realizar RSI



A continuación se muestra quién o qué podría influenciar a los encuestados a realizar RSI. Esta determina que 78% de la población realiza sus acciones de responsabilidad social por ellos mismos (autoconciencia) y 15% de los mismos los realiza por motivación familiar. El resto de las opciones de respuesta no tuvieron un porcentaje significativo.

Gráfico 9. Motivación a otros a realizar RSI



El gráfico muestra si la población motiva a otras personas a ser partícipes de la RSI, a ayudar a que su entorno sea cada día mejor. El mismo muestra que 20% de los encuestados afirman que casi siempre incentivan a otras personas a practicar la responsabilidad social individual. Un porcentaje muy similar indica que casi siempre o a veces motivan a los demás y solo 2% asegura que nunca.

5. Discusión

Con base en los resultados de la investigación se realizó un análisis de las respuestas emitidas por los funcionarios de oficina de empresas privadas. La encuesta se dividió en dos partes. La primera orientada hacia las distintas actividades de responsabilidad social individual que pueden realizar los encuestados, y la segunda enfocada en la motivación de realizar estas acciones que benefician al entorno que los rodea.

En cuanto a la frecuencia de participación de este tipo de actividades, podemos mencionar que la mayoría de encuestados realizan estas acciones en algunas ocasiones (a veces) seguido de otros que lo realizan casi siempre, son dos altos porcentajes que resaltan en la investigación (46% - 38%). Es importante rescatar que solamente 4%, que equivale a dos personas, indica que nunca realiza responsabilidad social, lo cual es bueno, porque es un porcentaje bajo. Las actividades que realizan más a menudo son el cumplimiento del pago de impuestos, el respeto a las normas de la comunidad (a pesar de no participar de estas reuniones), reciclaje y ahorro de agua y luz.

Considerando que es muy relativo lo que significa “ahorro” para distintas personas, para uno puede ser muy diferente que para otros. Por dar un ejemplo, alguien puede ahorrar agua tardando solamente cinco minutos en la ducha y para otro durar quince es ayudar al ambiente. Lo mismo en el caso de reciclar, algunos solo reciclan papel, otros en sus casas clasifican desechos en las diferentes categorías.

En todos los casos, el principal beneficiario es la sociedad. Se considera que todas las opciones de respuesta son favorecidas gracias a la RSI; sin embargo con un porcentaje significativo (42%) se determinó que la sociedad es quien se beneficia más. Las empresas no son beneficiadas por la RSI y los encuestados están claros de eso.

Se establece que dentro de las actividades de mayor importancia se encuentra el respeto a las normas de convivencia comunitaria (32%), ahorro de agua y energía (16%) y reciclaje (14%). Además, no fueron consideradas de importancia la participación en las reuniones de la comunidad (34%) y el cumplimiento de pagos fiscales (20%).

Es importante mencionar que aunque siempre cumplen con las obligaciones fiscales, no le conceden importancia a este aspecto. Al cumplir con los impuestos se mejora el entorno en donde se vive.

Dentro del sondeo se quiso determinar la razón principal por la que no realizan responsabilidad social, en ello se establece que les gustaría participar más en estos temas; sin embargo no cuentan con el tiempo para hacerlo. Solamente una persona (2%) en la investigación considera que ya realiza suficiente RSI, no necesita dedicar más para beneficiar el entorno.

También se definió cuáles acciones, de las que no cumplen, estarían dispuestos a realizar en un futuro. Según la investigación, los funcionarios de oficina realizan muchas de las actividades de la lista, por lo que como dato curioso, un alto porcentaje (66%) de los encuestados no estarían dispuestos a cooperar en las reuniones de la comunidad. Otro valor

considerable a denotar (28%) es el uso de transporte público u otros medios sostenibles, que es una acción que no les gustaría acceder para ayudar al entorno.

En relación con el tema de la motivación en la RSI se consultó qué los motiva a realizar estas actividades que benefician al entorno y se determinó que la autoconsciencia y la preocupación por el medio ambiente son detonantes para que el público practique la RSI. Es importante mencionar que a lo largo de la investigación los funcionarios de oficina no consideraron que la empresa donde trabajan los motiva para realizar RSI.

Además, se consultó quién es la fuente que los motiva; entre las respuestas se encuentra la familia, la empresa donde trabajo, las campañas publicitarias entre otros y se concluye que el público encuestado realiza estos actos por ellos mismos, por su propia conciencia (44%) que los hace saber que están haciendo algo por el entorno donde viven.

Era importante determinar si los funcionarios de oficina de empresas privadas motivaban a otros a realizar la responsabilidad social con el fin de ir mejorando, poco a poco, como un país que se preocupa por el ambiente, la comunidad, la sociedad, y en general, el entorno en que nos vemos inmersos día con día.

A manera de conclusión puede afirmarse que la población encuestada realiza casi siempre o en algunas ocasiones la responsabilidad social individual y solamente algunas de las acciones en la lista. En su mayoría son conscientes de la ayuda que brinda a la sociedad por lo que a muchos de ellos les gustaría participar de manera activa en más actividades que sean socialmente responsables pero no cuentan con el tiempo para hacerlo.

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

Con base en los datos obtenidos en la presente investigación, se concluye que:

6.1.1. La responsabilidad social individual es un conjunto de acciones positivas que se realizan con el fin de encontrar beneficios en nuestra sociedad y evitar que el entorno se perjudique. Es una actitud que cambia y contagia la manera de pensar de los demás para trabajar en la autoconsciencia.

6.1.2. Los esfuerzos de responsabilidad social individual de los funcionarios de oficina, son realizados casi siempre o solo en algunas ocasiones, pues no cuentan con el tiempo para participar de estas actividades, aunque sí quieren colaborar. Las que se realizan con mayor frecuencia son:

- Cumplimiento de las obligaciones fiscales
- Respeto de las normas de la comunidad
- Reciclaje
- Ahorro de energía y agua

Es de notar que si estarían dispuestos a realizar más esfuerzos de RSI. En un esquema ideal sería tener una población que siempre realice estos esfuerzos para lograr una mejor sociedad y un mejor entorno para vivir.

6.1.3. La motivación que tienen los colaboradores en puestos de oficina para realizar actividades de responsabilidad social individual, es por la conciencia moral y por la preocupación del medio ambiente. Ellos mismos se motivan (autoconciencia) para colaborar con la sociedad, principal beneficiario de la RSI. Quizá sean necesarios factores externos que los motiven a realizar más acciones.

Además, casi siempre o en algunas ocasiones, motivan a otras personas a ser socialmente responsables y a hacer de esto una práctica del día a día. Es fundamental que estos esfuerzos se reproduzcan y que se incentive y enseñe a otros los beneficios de la responsabilidad social individual.

6.2 Recomendaciones

A partir de las conclusiones anteriores, a continuación se plantea una serie de recomendaciones que podrían ser útiles para futuras investigaciones.

6.2.1 La población es muy extensa, por lo que se recomienda especificar la función del puesto de oficina con el fin de ampliar la descripción y el perfil para que cumpla con más requerimientos y características del cargo.

6.2.2 Es importante determinar parámetros que permitan medir el cumplimiento de las actividades de responsabilidad social individual que fueron elegidas, para evitar la subjetividad.

6.2.3 Se recomienda dejar algunas de las preguntas con opción múltiple; ya que muchas de las preguntas tienen solamente una opción de respuesta, lo que limita a la persona. Además se podría crear la respuesta “todas las anteriores” para dejar las opciones más abiertas.

6.2.4 En cuanto a la pregunta de la escala de importancia de las actividades de RSI, se generó mucha confusión, muchos de los encuestados lo indicaron posteriormente a la aplicación del instrumento. Por lo que sería ideal replantear la pregunta e indicar que cada persona le de el valor que guste a determinada actividad.

6.2.5 No queda claro si los encuestados no están conformes con el pago de los impuestos fiscales o con el sistema de cobro del país. Para futuras investigaciones se recomienda ahondar en este tema.

6.2.6 Los colaboradores no cuentan con tiempo para realizar más responsabilidad social individual; sin embargo no se determinó el por qué no tienen espacio en sus agendas. Sería ideal establecer la razón.

6.2.7 Los encuestados mencionaron que por falta de tiempo no pueden realizar más RSI pero hay actividades que no requieren de mucho tiempo, como reciclar, y aun así no las hacen. Es importante en futuras investigaciones explicar bien la razón de cada una de las actividades.

7. Referencias

- Expok. (29 de enero de 2008). Responsabilidad Social: definición y clasificación. Recuperado de <http://www.masr.com.mx/responsabilidad-social-definicion-y-clasificacion/>
- Fernández, A. (05 de Setiembre 2011). RSC, RSI, RSF,... . *Diario_Responsable*. Recuperado de <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/14346-rsc-rsi-rsf.html>
- Fernández, J. (setiembre de 2009) Gestión en tiempos de crisis. Confederación Española de Directivos y Ejecutivos. Página 8
- Fries, E. (1 de agosto de 2011). Responsabilidad social individual. Recuperado de <http://blogs.laprensa.hn/eligelacalma/2011/08/01/responsabilidad-social-individual/>
- Gana con la responsabilidad social. (Spanish). (2011). *Entrepreneur Mexico*, 19(6), 62-64.
- Hernández, R.; Fernández, C. ; Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5 Edic.). México: McGraw Hill Interamericana.
- Nelson, J. (22-28 agosto del 2011). RSE el active más valioso. *El Financiero Responsabilidad Social Empresarial* N11. Edición 832
- Puterman, P. (01 de Setiembre 2011). RSECHAT Responsabilidad Social Individual. *Diario_Responsable*. Recuperado de: <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/14334-rsechat-responsabilidad-social-individual.html>.
- Puterman, P. (27 de marzo de 2012). La Responsabilidad Social Individual: ¿un tema nuevo?. Recuperado de <http://www.diarioresponsable.com/portada/opinion/15398-rse-la-responsabilidad-social-individual-i-un-tema-nuevo.html>
- Romero, L. 2012. Responsabilidad Social Individual y construcción de ciudadanía. Recuperado de <http://loestrategico.com/2012/01/responsabilidad-social-individual-construccion-de-ciudadania/>
- Salas, L. (25 de julio de 2011). Responsabilidad Social INDIVIDUAL. Recuperado de <http://www.seresponsable.com/2011/07/25/responsabilidad-social-individual/>
- Vélez Evans, A. (2011). UN RECORRIDO HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. (Spanish). *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(25), 55-74.

8. Anexos

- **Instrumento**

Encuesta

La presente encuesta tiene como fin conocer la percepción de la responsabilidad social individual en las empresas privadas de Costa Rica.

La misma es parte del trabajo de investigación realizado por Marianela Hernández quien cursa la licenciatura en Comportamiento Organizacional en la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. Para consultas o cualquier comentario puede escribir al correo marianela_h90@hotmail.com

El instrumento a continuación tiene una duración de aproximadamente quince minutos y el mismo es anónimo.

Tomando en cuenta que responsabilidad social individual es la conducta ética del ciudadano consigo mismo y con su entorno; va mucho más allá del cumplimiento de las obligaciones legales, está relacionada con la actitud en el hogar, con nosotros mismos, con nuestra familia, con nuestros amigos, con el ambiente, con el trabajo, con nuestros vecinos y con la sociedad. Puterman (2011)

Por favor responda las siguientes preguntas de manera honesta y objetiva.

Muchas gracias por su colaboración

1. ¿Se considera una persona que realiza acciones que benefician a la sociedad y el entorno que lo rodea?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

2. Según su criterio, ¿a quién beneficia principalmente la responsabilidad social individual?

Al ambiente

A la sociedad

A las empresas

A la comunidad

Al país

A mí mismo

Otro

3. Indique cuáles de las siguientes acciones son realizadas por su persona

	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Respetar las normas de convivencia comunitaria				
Participar de manera activa en reuniones de la comunidad				
Respetar las normas de seguridad vial				
Estar informado/a de la actualidad nacional.				
Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling				
Reciclar				
Ahorrar agua y energía				
Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro.				
Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo.				
Cumplir con las obligaciones fiscales				

4. Enumere según el grado de importancia las siguientes acciones de RSI, siendo 1 el más importante y 10 el menos.

	Numeración
Respetar las normas de convivencia comunitaria	
Participar de manera activa en reuniones de la comunidad	
Respetar las normas de seguridad vial	
Estar informado/a de la actualidad nacional.	
Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling	
Reciclar	
Ahorrar agua y energía	
Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro.	
Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo.	
Cumplir con las obligaciones fiscales	

5. Tomando en cuenta las acciones que NO realiza en la pregunta #2, determine sus razones:

Tengo mucho interés en participar y pienso hacerlo a corto plazo

No tengo mucho tiempo pero me gustaría tener más actividad en estos temas

No tengo tiempo.

No me interesa del todo este tipo de actividades

Con lo que hago ya es suficiente, ¿para qué más?

No se cómo puedo ayudar.

Falta de compromiso de las demás personas

Otra

6. Indique cuáles de las acciones en las que NO participa de RSI le gustaría o podría realizar a futuro.

	Sí	No	Ya la realizo
Respetar las normas de convivencia comunitaria			
Participar de manera activa en reuniones de la comunidad			
Respetar las normas de seguridad vial			
Estar informado/a de la actualidad nacional.			
Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling			
Reciclar			
Ahorrar agua y energía			
Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro.			
Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio			

justo.			
Cumplir con las obligaciones fiscales			

7. ¿Qué lo ha motivado a realizar estas acciones de bien social?

Conciencia moral

Valores de la niñez

Involucramiento en las actividades de la empresa donde trabajo

Preocupación del medio ambiente

Crecimiento de la comunidad

Ayuda al prójimo

Otro

8. ¿Quién lo motiva a realizar responsabilidad social individual?

La familia

La empresa donde trabajo

El gobierno

Campañas publicitarias

Autoconciencia

Otro

9. ¿Motiva a otras personas a ser socialmente responsable?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

- **Tabla con resultados de encuesta**

Tabla 1. Frecuencia de acciones de RSI realizadas		
	% respuestas	# respuestas
Siempre	12%	6
Casi siempre	38%	19
A veces	46%	23
Nunca	4%	2

Tabla 2. Principal beneficiario de la RSI		
	% respuestas	# respuestas
Al ambiente	12%	6
A la sociedad	42%	21
A las empresas	0%	0
A la comunidad	16%	8
Al país	12%	6
A mí mismo	18%	9

Tabla 3. Frecuencia de realización de actividades de RSI				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Respetar las normas de convivencia comunitaria	48% (24)	50% (25)	2% (1)	0
Participar de manera activa en reuniones de la comunidad	6% (3)	6% (3)	20% (10)	68% (34)
Respetar las normas de seguridad vial	26% (13)	60% (30)	14% (7)	0
Estar informado/a de la actualidad nacional.	34% (17)	48% (24)	18% (9)	0
Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling	14% (7)	16% (8)	34% (17)	36% (18)
Reciclar	42% (21)	20% (10)	30% (15)	8% (4)
Ahorrar agua y energía	40% (20)	44% (22)	16% (8)	0
Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro.	6% (3)	18% (9)	38% (19)	38% (19)
Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo.	20% (10)	38% (19)	36% (18)	6% (3)
Cumplir con las obligaciones fiscales	64% (32)	18% (9)	10% (5)	8% (4)

Tabla 4. Importancia de acciones de RSI											
	1 (+ imp)	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (- imp)	Media
Respetar las normas de convivencia comunitaria	32% (16)	8% (4)	10% (5)	0	8% (4)	12% (6)	8% (4)	8% (4)	10% (5)	4% (2)	4,4
Participar de manera activa en reuniones de la comunidad	4% (2)	4% (2)	2% (1)	4% (2)	8% (4)	2% (1)	10% (5)	16% (8)	16% (8)	34% (17)	7,68
Respetar las normas de seguridad vial	6% (3)	24% (12)	20% (10)	8% (4)	6% (3)	10% (5)	12% (6)	6% (3)	6% (3)	2% (1)	4,42
Estar informado/a de la actualidad nacional.	8% (4)	12% (6)	20% (10)	18% (9)	12% (6)	14% (7)	2% (1)	4% (2)	6% (3)	4% (2)	4,48
Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling	0	0	8% (4)	14% (7)	24% (12)	8% (4)	12% (6)	18% (9)	6% (3)	10% (5)	6,3
Reciclar	14% (7)	24% (12)	22% (11)	14% (7)	8% (4)	6% (3)	4% (2)	2% (1)	2% (1)	4% (2)	3,62
Ahorrar agua y energía	16% (8)	16% (8)	6% (3)	20% (10)	12% (6)	12% (6)	6% (3)	6% (3)	6% (3)	0	4,22
Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro.	6% (3)	4% (2)	2% (1)	4% (2)	8% (4)	12% (6)	26% (13)	14% (7)	12% (6)	12% (6)	6,7
Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo.	4% (2)	0	4% (2)	12% (6)	8% (4)	10% (5)	16% (8)	18% (9)	18% (9)	10% (5)	6,82
Cumplir con las obligaciones fiscales	10% (5)	8% (4)	6% (3)	6% (3)	6% (3)	14% (7)	4% (2)	8% (4)	18% (9)	20% (10)	6,36

Tabla 5. Razón del no involucramiento en RSI		
	% respuestas	# respuestas
Tengo mucho interés en participar y pienso hacerlo a corto plazo	12%	6
No tengo mucho tiempo pero me gustaría tener más actividad en estos temas.	58%	29
No tengo tiempo.	12%	6
No me interesa del todo este tipo de actividades	4%	2
Con lo que hago ya es suficiente, ¿para qué más?	2%	1
No se cómo puedo ayudar.	8%	4
Falta de compromiso de las demás personas	4%	2

Tabla 6. Acciones de RSI para realizar en un futuro			
	Sí	No	Ya la realizo
Respetar las normas de convivencia comunitaria	16% (8)	12% (6)	72% (36)
Participar de manera activa en reuniones de la comunidad	20% (10)	66% (33)	14% (7)
Respetar las normas de seguridad vial	16% (8)	6% (3)	78% (39)
Estar informado/a de la actualidad nacional.	32% (16)	2% (1)	66% (33)
Uso del transporte público u otros medios sostenibles: bicicleta, vehículo compartido, sistema de carpooling	36% (18)	28% (14)	36% (18)
Reciclar	34% (17)	4% (2)	62% (31)
Ahorrar agua y energía	22% (11)	4% (2)	74% (37)
Apoyo económico o en tiempo a una organización sin fines de lucro.	62% (31)	16% (8)	22% (11)
Consumo de productos locales, ecológicos o de comercio justo.	52% (26)	6% (3)	42% (21)
Cumplir con las obligaciones fiscales	24% (12)	14% (7)	62% (31)

Tabla 7. Principal motivación para realizar RSI		
	% respuestas	# respuestas
Conciencia moral	44%	22
Valores de la niñez	12%	6
Involucramiento en las actividades de la empresa donde trabajo	0%	0
Preocupación del medio ambiente	30%	15
Crecimiento de la comunidad	2%	1
Ayuda al prójimo	12%	6

Tabla 8. Fuente de motivación para realizar RSI		
	% respuestas	# respuestas
La familia	18%	9
La empresa donde trabajo	2%	1
El gobierno	0%	0
Campañas publicitarias	2%	1
Autoconciencia	78%	39

Tabla 9. Motivación a otros a realizar RSI		
	% respuestas	# respuestas
Siempre	26%	13
Casi siempre	40%	20
A veces	30%	15
Nunca	4%	2