



UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Responsabilidad social individual

Maestría en Administración de Empresas con
Énfasis en Comercio Internacional

Investigación empresarial aplicada

Allan Eduardo González Chacón

19 de Marzo de 2012

Estudio acerca de ¿cómo perciben los profesionales en el área de Comercio Internacional su responsabilidad social individual?

Contenido

Resumen:.....	2
Marco teórico	5
Definición de responsabilidad social.....	5
Historia y aspectos conceptuales de responsabilidad social en el mundo.....	5
Globalización y su impacto en la responsabilidad social.....	6
Los enfoques de la responsabilidad social corporativa y su relación con la responsabilidad social individual	7
Elementos de las competencias	7
Tipos de competencias de responsabilidad social que de acuerdo a criterio personal deben tener los individuos en el ámbito del comercio exterior.....	8
Metodología de la investigación:.....	9
Análisis de resultados	10
Datos de los encuestados	10
Gráfico.1	10
Gráfico.2	11
Gráfico.3	11
Gráfico.4	12
Datos de las competencias en pro del bienestar social	12
Gráfico.5	12
Gráfico.6	13
Gráfico.7	13
Datos de las competencias de cooperación	14
Gráfico.8	14
	1

Gráfico.9	15
Gráfico.10	16
Datos de las competencias de participación	17
Gráfico.11	17
Gráfico.12	17
Conclusiones.....	19
Recomendaciones.....	20
Bibliografía	21
Anexo 1	22
Encuesta sobre responsabilidad social	22

Resumen:

El tema principal del trabajo se centralizó en la percepción de la responsabilidad social individual desde el punto de vista de los profesionales en alguna rama del Comercio Internacional, la principal idea de realizarla es para obtener diferentes puntos de vista, restricciones y comportamientos que estos profesionales tienen en su vida tanto laboral como del hogar.

Como primer paso, se realizó un estudio bibliográfico para entender a profundidad que es lo que encierra el tema de responsabilidad social, dónde radica su importancia en la vida, no solo profesional sino cotidiana y qué se ha hecho en el pasado y lo que se hace ahora para mejorar los procesos, el desperdicio y la calidad de vida de las personas en una comunidad.

Una vez realizado el marco teórico, definiendo las competencias que un profesional de Comercio Internacional en mi opinión debería tener, nos enfocamos en realizar una encuesta de 12 preguntas en la cual se mostrarían las tendencias de la población por realizar prácticas de responsabilidad social, las tres competencias que se definieron en el marco teórico.

Por último, se analizaron los resultados, básicamente se trabajaron 12 gráficos que representaban la tendencia a las personas a practicar, o bien, no practicar la responsabilidad social en sus vidas, de allí resultaron: el análisis de las conclusiones y una recomendación a nivel general, la cual se centró en realizar un esfuerzo porque la educación en este tema sea dada con mayor intensidad a temprana edad de la niñez, para que así los valores se vean reflejados más en los hogares, en los cuales es más escaso este tipo de prácticas, que en las empresas, donde es más común verlas.

Summary:

The main topic had its core in the perception of Individual Social Responsibility from the point of view of the professionals in the area of International Trade, the main idea for doing this Project was to obtain different point of views, constraints and behaviors that these professionals have to face in their lives in their Jobs, as in their community and home.

In the first step, a bibliographic study has been made in order to understand in the deep, what this topic encloses, where its importance is carried out in their lives not only professionally, but in their common lives, and what have they made in the past, and what they do now, to improve their procedures, eliminate the waste, and improve the people's lives in their community.

Once that the Theoretical Framework have been completed, defining their competences, that in my opinion a professional on International Trade should have, the fell on making 50 interviews, with 12 questions in which the trends of the population to practice of Social Responsibility would be shown, based on the 3 competences that were defined in the Theoretical Framework.

Finally the results have been analyzed, , basically, this work was emphasized in 12 charts, representing the trends of the people to practice or not the Social Responsibility in their lives, the results were the conclusions that we got and a general recommendation that its focus was on making an effort to improve in high intensity the education on this topic, in primary schools instead of waiting until the individuals get into the university, so based on that, , these values and practices will start in their homes since childhood, where those practices are weak, than in their jobs that is very common to see them.

Introducción:

Muchos textos relatan sobre las distintas formas y perspectivas que la gente tiene con respecto a la responsabilidad social individual, muchos contextos relatan la importancia de la decisión de los individuos de adoptar una conducta filantrópica o bien que ya nace o se educan con ella. Se ven aspectos importantes como por ejemplo estudios realizados por revistas económicas, The London School of Economics and Political Science, 2010, en las cuales las encuestas muestran que a pesar de que muchas personas hacen obras de donación citando un ejemplo, las universidades privadas en Estados Unidos, museos, y para ellos eso es ser responsable porque aportan a la sociedad, pero muchos de estos aportes no son vistos necesariamente como acciones altruistas, diferente a una persona que brinda sus obras de caridad directamente a los pobres de su comunidad.

Por lo anterior es que surge el tema de las perspectivas que las personas tratan de hacer un bien común ya sea con su aporte patrimonial, su trabajo, y una serie de acciones las cuales para ellos pueden ser de carácter pro socialistas, sin embargo en la realidad no presentan un impacto directo en el beneficio de la sociedad o la comunidad como tal.

Esta claro que la responsabilidad individual y corporativa difieren en su sentido de género, sin embargo ambas podrían estar relacionadas o bien ser complementarias ya que muchas de las conductas entre ambas se relacionan, por ejemplo en empresas multinacionales que presentan una responsabilidad corporativa definida y puesta en práctica, sus representantes tienden a comportarse de la misma manera o bien la empresa podría influir en su decisión de convertirse en una persona individualmente responsable socialmente, o viceversa una persona que ya ponga en práctica su altruismo, podría proyectar en su empresa una conducta de responsabilidad social.

Lastimosamente en casos como el anterior, suelen presentarse muchas veces intereses políticos o de carácter propio de los individuos como la figuración, la restricción a fondos de bien común por cuestiones de pérdidas y ganancias, entre otras que se estudiaran a fondo más adelante, lo cual muchas veces ponen en duda las intenciones y el sentido de responsabilidad social, de allí que surge la pregunta: ¿Cómo percibe la población de profesionales en el área de Comercio Internacional su responsabilidad social individual?, con la cual voy a definir, las razones y las distintas posiciones y tendencias de pensamiento que tienen estos diversos profesionales en esta área, esto con el fin de definir la tendencia de pensamiento que la mayoría de la población coincidirá y si es la más óptima para cumplir con lo que estipula este tipo responsabilidad social, esto se hará seleccionando una población de 50 personas y mediante una entrevista definir sus puntos de vista, para así analizarlas y obtener un resultado que se desarrollará a través de la presente investigación.

Marco teórico

Esta sección pretende enfatizar más a profundidad la definición de la responsabilidad social individual, sus orígenes, analizar los diferentes enfoques en el Comercio exterior, las características y las competencias presentes en el ámbito global internacional.

Definición de responsabilidad social

Según el artículo publicado en (Understanding Individual Social Responsibility) la responsabilidad social individual es definida como aquellas acciones individuales que tienen un efecto en la comunidad fuera de su círculo inmediato, o bien todas aquellas obras de bien que se hagan por fuera de su círculo familiar.

Historia y aspectos conceptuales de responsabilidad social en el mundo

Las tendencias globales de los últimos años despiertan el interés de todos los individuos, empresas y Organizaciones No Gubernamentales en fomentar estrategias de bien común dado que el comercio internacional a medida que crece, no ve bien claro el panorama de la distribución equitativa de la riqueza, mas bien, se fomenta la competencia a nivel mundial en cuanto a producción a gran escala y participación internacional más activa.

Desde la creación de la Organización Mundial del Trabajo (2012) (Panorama Laboral, 2007) se ha tratado de persuadir a las empresas que pongan en práctica la responsabilidad social y que no exista una ley que las obligue a hacerlo, a pesar de que no es una obligación, el esfuerzo continuo de estas instituciones más el auge de las políticas de calidad de hoy día han hecho a la responsabilidad social un beneficio enorme y casi obligatorio de las empresas, porque les da valor agregado el hecho de que sean socialmente responsables. Este valor es muy bien visto por instituciones en todo el mundo y no solamente conlleva a un premio mundial, sino que genera confianza en las personas que consumen sus productos, una comunidad mejor, genera valor financiero en sus retornos y acciones, entre muchos otros aspectos.

Los textos consultados hablan muy de cerca de la responsabilidad social empresarial, ya que es un tema muy discutido por años en relación a que se esperan mucho de las empresas de carácter multinacional, por ejemplo, que estas tengan una iniciativa de mejorar el ambiente y la calidad de vida de los ciudadanos cercanos a sus facilidades; sin embargo aquí entra a jugar un papel importante la responsabilidad social individual, porque la empresa como tal no desarrolla la iniciativa de cuidar el ambiente, por ejemplo dar a su comunidad algo más, para esto las empresas deben de tener personas capaces de dar iniciativas concretas y proponer en sus empresas el desarrollar estas iniciativas para el bien común sin esperar nada en retorno.

Es por eso que ambas van de la mano o bien se complementan entre sí, ya que un individuo que quiera ser responsable con el ambiente a su alrededor podría ejercer esa iniciativa en su empresa y hacer algo más por su comunidad, así como también una empresa que ya tenga esa iniciativa, es muy probable que logre persuadir a sus empleados y accionistas a participar en decisiones que permitan otorgar un bienestar a sus comunidades y al personal que trabaja en ellas.

Según la Organización Mundial del Trabajo (2012) (Panorama Laboral, 2007) se estableció la libertad de asociación y la libertad sindical y el derecho de negociación colectiva; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición del trabajo infantil; y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación, esto contribuyó a que a partir de esta fecha, movimientos en los sectores privados y de Organizaciones No Gubernamentales realizaran proyectos para fomentar a las empresas a ejercer su aporte adicional en los valores sociales, al establecer estos derechos sociales, estos obtienen más auge al ver que las empresas con el pasar del tiempo, aquellas que han realizado sus aportes al bienestar social y ambiental, tienden a adquirir más valor no solamente a nivel financiero sino a su desempeño en la calidad y la eficiencia, lo que hace a las empresas hoy por hoy más atractivas en los mercados, cosa que hasta hace unos quince años no se pensaba por parte de los empresarios en todo el mundo.

Estos aportes que la empresa y el gobierno local hacen en sus respectivos países, también se logra proyectar en el ámbito individual, es decir las empresas que ejerzan su responsabilidad social en su lugar de instalación, muy probablemente promueve indirectamente una cultura en sus empleados de ser también socialmente responsables sea con el ambiente o bien por medio de proyectos de bienestar social.

Globalización y su impacto en la responsabilidad social

El surgimiento de la globalización ha desviado el tema de bienestar social dado a su alto grado de competencia, en la cual se descuidan factores como la pobreza y la explotación de los recursos naturales, ahí es donde intervienen estas instituciones para garantizar un balance y crear conciencia mundial de la importancia de la equidad y el respaldo hacia los países mas pobres.

De lo anterior es muy remarcable en el mundo de los medios el hablar de la responsabilidad social empresarial como una forma de que tanto esas empresas así como sus comunidades aledañas se vean beneficiadas socialmente, esto a nivel empresarial. Pero surge la pregunta en el ámbito individual, ¿qué aportan los ciudadanos a su entorno social? Es importante definir lo que piensa cada individuo con respecto a su responsabilidad social en su trabajo, o vida cotidiana, si su donación es voluntaria, si es responsable con el medio ambiente, su criterio en cuanto a si su importancia es la imagen que este pueda obtener por medio de una obra de caridad y si esa responsabilidad también puede complementarla con la de su empresa o bien fomentarla si esta última carece de ella.

Los enfoques de la responsabilidad social corporativa y su relación con la responsabilidad social individual

En el texto *Ayala Calvo, JC. Y Grupo de Investigación FEDRA* se menciona a la responsabilidad social bajo tres enfoques, *Stakeholders, capital intelectual y teoría institucional*, que se definen a continuación:

1. *Enfoque hacia los Stakeholders*: se menciona que los directores de empresas deben dedicar su tiempo a desarrollar sistemas o formas que permitan a los *Stakeholders* enfocarse en la importancia del sentido de responsabilidad social en sus empresas.
2. *Enfoque hacia el capital intelectual*: son los activos “intangibles” de la compañía, capital humano, estructural y relacional, en las cuales las empresas concentran sus esfuerzos por promover la cultura, participación en programas como reciclaje e ideas a favor del ambiente, entre otras funciones.
3. *Enfoque institucional*: en donde las empresas se adaptan hoy día a ser responsables socialmente con base en tres mecanismos: incertidumbre, cuando la empresa por sí misma reacciona ante la sociedad y la cultura; influencia política mediante leyes y reglamentos; y capacitación por parte de profesionales, certificaciones y acreditaciones.

A pesar que el texto se refiera a responsabilidad social corporativa, ambas comparten los enfoques de una u otra manera, esto debido a que la relación *Stakeholder* versus profesional (civil); el enfoque de capital intelectual versus sentido común; por último las influencias de las instituciones también ejercen influencia sobre los individuos (por ejemplo instituciones vanguardistas macro ambientales, organizaciones mundiales , entre otras), por lo tanto la relación de los conceptos anteriores con las competencias individuales van muy de la mano.

Para que una persona se vuelva socialmente responsable debe de tener ciertas características que le permitirían alcanzar esa autonomía durante su vida en el hogar y como profesional, las cuales están ligadas de la siguiente manera.

- A la influencia que estos hayan tenido de sus propios padres sobre el tema social y los valores cívicos.
- Sus logros en su vida igualmente tanto en el ámbito social como profesional.
- La utilización de una toma de decisiones consiente de las consecuencias y actitud ante ellas.

Elementos de las competencias

Según el texto consultado en *SciElo Chile, 2005*, existen ciertos elementos que le permitirían a los individuos alcanzar su autonomía en sus decisiones responsables socialmente, a continuación se citan (*Coppelli et al., 2003*).

1. Su seguridad y confianza durante la niñez: la cual es la mejor forma de educar en cuanto a los problemas sociales.
2. Sus diferentes sistemas de socialización: en la cual entra en juego toda clase de aspectos, que influyen directa o indirectamente en la persona y que lo harán capaz de ser considerado con los demás que lo rodean.
3. Sus habilidades sociales: las cuales van a definir sus aportes ante su entorno social.

Tipos de competencias de responsabilidad social que de acuerdo a criterio personal deben tener los individuos en el ámbito del comercio exterior

Las competencias que los profesionales en el campo comercial son:

Competencia en pro del bienestar social: esta se caracteriza por el interés que una persona en beneficiar a otras personas, mostrando actitudes y aptitudes altruistas en sus actividades cotidianas (Bierhoff, 2002) por ejemplo un profesional en esta área en específico optaría por buscar el bienestar social en sus subordinados o bien en la comunidad en que se desenvuelve.

Competencia de cooperación: participa y promueve el trabajo en conjunto con el fin de lograr un beneficio de cualquier índole de responsabilidad social, para lograr una participación más activa que si lo hiciera individualmente (Navarro, 2003), se espera que un profesional del área comercial logre una participación en conjunto tanto de sus empleados como de sus familiares y vecinos para desarrollar estrategias de mejora en la seguridad ciudadana por ejemplo, o bien programas de conservación del medio ambiente, ahorro de energía, entre otras.

Competencia de participación: es la conducta en la cual el profesional es capaz de integrarse a un grupo de varias personas con un solo fin de crear valor a nivel social o de carácter ambiental, colaborando en toda actividad de bien común (Coppelli et al., 2003), sería importante que estos profesionales tengan una participación más activa en el desarrollo de sus empleados, comunidades y vecinos, podría ser en la búsqueda de patrocinios para la eliminación de la pobreza extrema y una repartición equitativa de la riqueza como por ejemplo mejorando los salarios de sus trabajadores por encima de los salarios mínimos otorgados por el gobierno local.

Metodología de la investigación:

En cuanto a la metodología de la investigación se tomo en consideración la encuesta como la mejor herramienta para captar el pensamiento de los encuestados, aparte que es la forma más fácil y acertada de obtener un criterio de muchas personas y observar las diferentes tendencias que estas nos pueden facilitar de acuerdo al pensamiento crítico de cada uno de los entrevistados.

En este trabajo se realizó un análisis cualitativo, el cual es sumamente importante ya que nos va a dar una visión sobre lo que piensan los profesionales en el área del comercio exterior acerca del vínculo que estos tengan con la responsabilidad social, si la toman en cuenta en sus trabajos y si la practican o bien si están interesados en practicarla a futuro en su vida profesional o bien aplicarla en sus empresas y comunidades.

Este análisis constará de 12 preguntas, todas cerradas, donde se medirá el conocimiento que tienen los individuos hacia el tema por tratar, el cual describirá como estas ejercen su papel en la responsabilidad social individual. Dichas preguntas van a estar dirigidas a personas mayores de edad, y con el fin de delimitar la encuesta, estas van a ser dirigidas a individuos los cuales deben ser como mínimo bachilleres universitarios, y que estén trabajando en alguna de las áreas relacionada al comercio internacional (compra y venta internacional, logística, analistas y asesores comerciales, entre otros).

Las encuestas se realizaran por medio de la herramienta digital “*Survey Monkey*”, la cual se le hará llegar personalmente a sus correos electrónicos con el fin de motivar a los encuestados la misma tendrá una breve explicación de lo que se tratará el tema, y el propósito de la realización de la encuesta.

La introducción a la encuesta es muy relevante porque le revelará al lector la importancia de llenar la encuesta, por lo tanto esta llevará una pequeña introducción, al ser transparente en lo que se pretende alcanzar una vez llenado el cuestionario debe de resultar interesante y de buen sentido al lector previamente.

Otro aspecto importante por considerar va a ser el pre testeo cognitivo, en el cual se escogerán a unas cinco personas para mostrarles al menos unas cuatro preguntas relacionadas con el tema con el propósito de saber que tanto saben ellos del tema.

El tiempo estimado para completar la encuesta son cinco minutos, los cuales también se detallarán en la pequeña introducción con el fin de captar el interés del lector, y tratar que las preguntas se adapten a este tiempo y no pasarnos de este lapso.

Los resultados de dicha encuesta van a ser publicados en este trabajo y analizados posteriormente para determinar cuáles competencias son las que mas caracterizan a estos profesionales en sus áreas, si conocen la importancia de la responsabilidad social y que tanto contribuyen y practican ellos estas competencias en sus áreas no solo laboral, sino también en su vida social y círculo familiar.

Análisis de resultados

Ya realizada la encuesta a las 54 personas, obtuve los resultados esperados los cuales presentaré y analizaré a continuación.

Datos de los encuestados

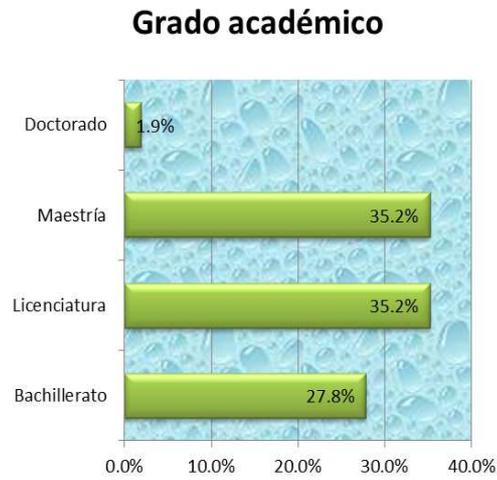
Gráfico.1



Fuente: Elaboracion propia.

De las 54 personas que se lograron encuestar podemos destacar que en su mayoría radican en un 43% las personas mayores de 36 años, seguido por un 36% entre los 24 y los 29 años los que se interesaron en la encuesta, muy relevante es el pequeño porcentaje de los encuestados de 18 a 23 años, los cuales representan solo el 2% de la población.

Gráfico.2



Fuente: Elaboracion propia.

En cuanto al nivel académico, lo más destacado en su mayoría son licenciados y másteres en un 35% cada uno seguido por bachillerato con un 27%, lo cual hace ver una muestra interesante y donde se pueden destacar el porcentaje de participación de los encuestados en dicha encuesta de acuerdo a su nivel de profesionalismo.

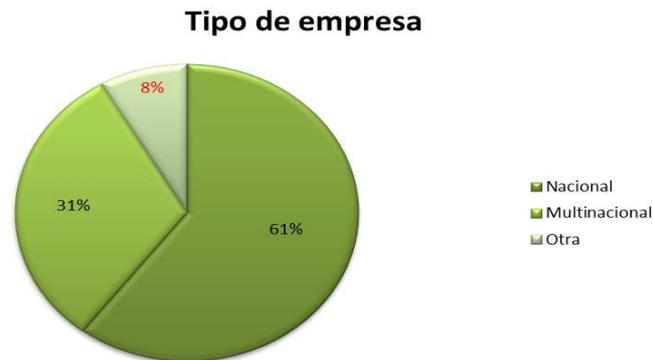
Gráfico.3



Fuente: Elaboracion propia.

En su mayoría la encuesta fue contestada por trabajadores del sector de servicios con un 51% y un 34% esta dividido en industria agrícola con un 17% y medica con 17%, seguidas por el sector comercio con un 15%.

Gráfico.4



Fuente: Elaboracion propia.

Se destaca con un 61% a los trabajadores de empresas nacionales, que son la mayoría, además se muestra que un 31% de las personas trabajan en una empresa multinacional.

Datos de las competencias en pro del bienestar social

Gráfico.5

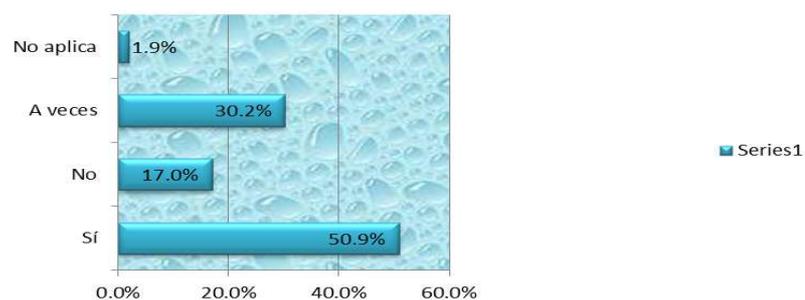


Fuente: Elaboracion propia.

Del 100 % de los entrevistados un 68% de ellos demuestran que en su mayoría consideran que logran desarrollar en sus colaboradores habilidades que les permitan optar por un plan de carrera en las empresas donde laboran, una buena muestra de que están consientes en las nuevas tendencias actuales de los derechos de los trabajadores en cuanto a superación personal y planes de carrera que les permitan obtener mejores estándares de vida.

Gráfico.6

¿Consulta con sus empleados o familiares y amigos los temas importantes de responsabilidad social?

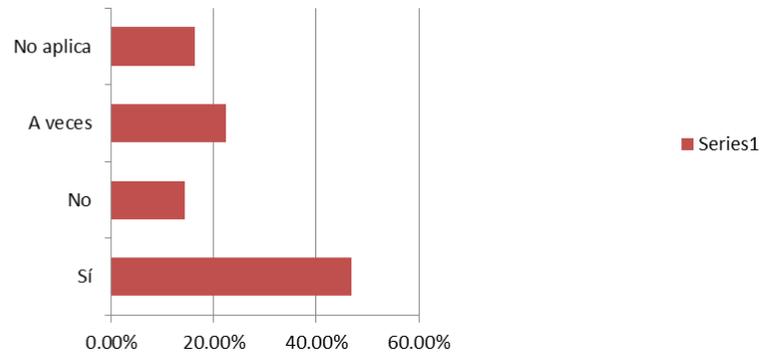


Fuente: Elaboracion propia.

De este dato casi el 51% opina que sí consulta temas relevantes respecto a la responsabilidad social; un 30% dice que a veces, mientras que un 17% no lo hace, esto último puede deberse a que no es de interés o bien no es aplicable en su lugar de trabajo, como suele pasar mucho en algunos sectores o empresas y como lo denota la encuesta aplicada.

Gráfico.7

Ofrece a sus empleados un buen equilibrio entre la vida privada y el trabajo como, por ejemplo, considerar un horario flexible de trabajo o permitir que los empleados hagan el trabajo en casa?



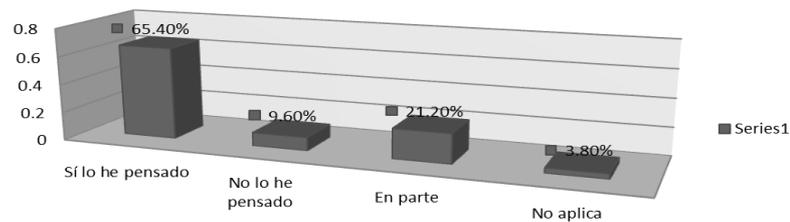
Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta, el 47% de los encuestados opinan que sí acostumbran a otorgar un equilibrio entre la vida privada y laboral del empleado, mientras que un 22% indica que a veces lo hace, los demás porcentajes se dividen en los que no lo hacen del todo o bien no aplica en su lugar de trabajo.

Datos de las competencias de cooperación

Gráfico.8

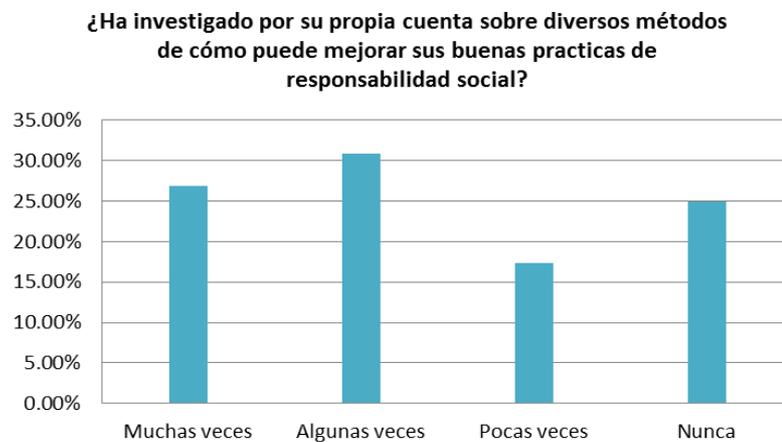
¿Ha pensado en qué forma podría usted influir en su empresa para utilizar la sostenibilidad de sus productos y servicios para aventajar a la competencia, el reciclaje de productos, la eficacia energética, etc.?



Fuente: Elaboracion propia

En esta pregunta, el 65% de los encuestados responde positivamente a que en algún momento de sus vidas han pensado en utilizar la sostenibilidad de sus productos o servicios para aventajar a su competencia, al desarrollar estrategias que les permitan no solamente ahorrar dinero sino ayudar al medio ambiente por ejemplo con el reciclaje y la eficacia en el uso energético, este ultimo refiriéndose a los proyectos de ahorro en energía y agua potable durante los procesos de producción o rutina diaria laboral.

Gráfico.9

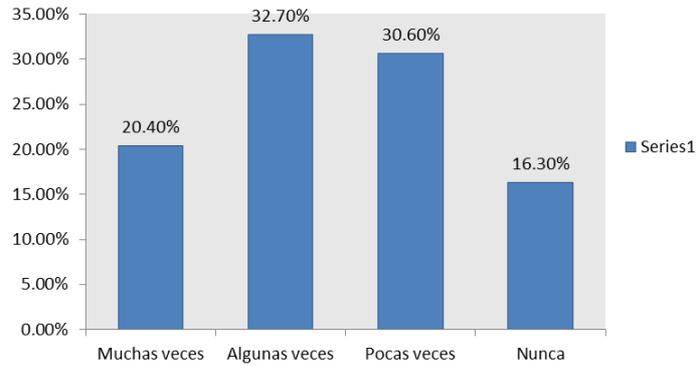


Fuente: Elaboracion propia

Aquí se ve una similitud en cuanto a las respuestas de los 54 entrevistados, ya que un 30% opina que algunas veces han pensado en mejorar sus buenas prácticas de responsabilidad social mientras que un 27% opinó que muchas veces lo han pensado, se presenta un margen muy pequeño entre ambas respuestas lo que nos refleja que no existen planes a futuro a nivel individual que permitan continuar desarrollando iniciativas para la mejora en dichas prácticas, a pesar de que en su mayoría saben y ponen en práctica sus conductas filantrópicas y ambientales.

Gráfico.10

Promueve en su empresa programas de apoyo económico estable a proyectos y actividades de la comunidad, obras benéficas o patrocinios por dar ejemplos?



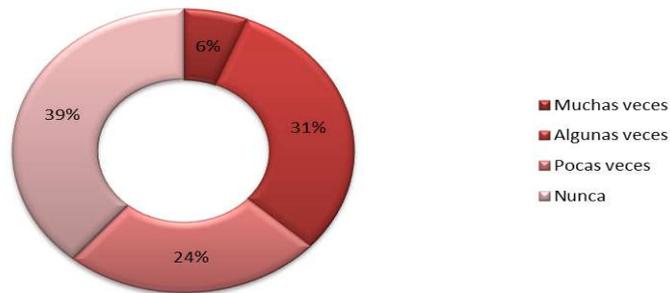
Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta va muy de la mano con la anterior, ya que al preguntar si promueven proyectos de apoyo económico y patrocinios a las comunidades, estos responden de igual medida en que algunos muchas veces lo hacen y otros algunas veces, la tendencia es igual en este caso, se da también una similitud en los que lo hacen pocas veces o bien nunca lo hacen en sus comunidades, por lo tanto nos encontramos que a pesar de que las personas quieren realizar algún aporte en la vida real no lo hacen por diversas razones como falta de recursos, tiempo, entre otros factores.

Datos de las competencias de participación

Gráfico.11

En su comunidad ¿participa en algún grupo de trabajo para reducir el impacto ambiental?



Fuente: Elaboración propia

Esta es una respuesta que llama la atención ya que los encuestados en su mayoría, un 39%, opina que en su comunidad como tal no se da una participación activa para reducir el impacto ambiental, por un lado esto puede llegar a ser un tanto comprensible por diversos aspectos que pueden afectar, como la falta de capacitación a las comunidades sobre temas ambientales, las relaciones con los vecinos, falta de iniciativa en el hogar, o bien falta de una organización comunitaria para tratar diversos problemas de esta índole.

Gráfico.12

¿Participa junto con sus empleados, amigos y familiares en las actividades de grupo para beneficio de la comunidad, poniendo a su disposición el tiempo y la experiencia de sus empleados, amigos o familiares u otro tipo de ayuda práctica?



Fuente: Elaboración propia

Contrario a la respuesta anterior tenemos que el 32,7% a veces participa en proyectos o actividades a beneficio de la comunidad en sus empresas, mientras que un 28.6% opina que pocas veces o nunca lo hace, apenas un 10,2% de la población coincide en que sí se dan esas prácticas en su comunidad, caso contrario a la respuesta anterior donde no existen este tipo de prácticas a nivel social ni ambiental.

Cuadro N.º 1

Análisis del nivel de competencias de acuerdo al número de personas encuestadas

(Datos dados por número de personas)

Competencias	Muy alta	Alta	Baja	Muy baja	No aplica	Total
Competencia en pro del bienestar social	28	7	10	5	4	54
Competencia de cooperación	24	9	10	8	3	54
Competencia de participación	6	16	14	14	4	54

***No aplica: son el número de personas que obviaron dicha encuesta ya que no les compete en su vida laboral o social.**

Fuente: Elaboración propia.

El cuadro anterior muestra los datos analizados de acuerdo al grado de incidencia en que estos conocen y ponen en práctica sus competencias de responsabilidad social definidas en el trabajo de investigación, y tal y como lo muestran los gráficos, el número de personas es mayor en las competencias en pro del bien social así como en las de cooperación, el índice de competencia más bajo es el de participación como lo veremos más adelante en las conclusiones.

Adicionalmente, la última pregunta de la encuesta se realizó abiertamente como un espacio para que los encuestados brindaran alguna opinión adicional sobre este tema o bien de la encuesta como tal y los comentarios se muestran a continuación:

- Es difícil contactar con la comunidad para participar en asuntos ambientales.
- En mi comunidad son pocos los grupos formales a los que uno se pueda afiliar para generar beneficio a la comunidad.
- Es importante que se asuma responsabilidad social individual, como una actitud para lograr desarrollo sostenible que permita tener mejores condiciones de vida para la sociedad.
- Participo activamente en el servicio comunitario del estudiante pero no una sola vez en mi comunidad.
- Mi lugar de trabajo es una institución pública por eso a veces no se puede colaborar con aportes a la comunidad.
- Mi empresa es pequeña y todavía no tenemos un Departamento de Recursos Humanos para establecer proyectos de beneficio social.
- Como madre, desde que mi hija tiene dos años, reciclamos todo en casa. Se ha convertido en algo tan común que si ella ve a alguien de la familia con una simple botella de agua se la pide para poder nosotros reciclarla. Pequeños cambios ayudan grandemente al ambiente.

Gracias a estos aportes, la encuesta termina por darnos diferentes puntos de vista tanto en el área laboral como en la comunidad y el hogar acerca de su comportamiento y en algunos casos las restricciones que estos pueden tener para prestar sus servicios sociales a la comunidad.

Conclusiones

- Existen programas de desarrollo de habilidades (capacitación) y planes de carrera en las empresas, también se les ofrece en la mayoría de casos que ellos trabajen desde sus hogares, permitiendo un balance de vida-trabajo.
- Existe una cooperación en las empresas para desarrollar programas de ahorro de energía y de reciclaje, pero en su comunidad no se da este tipo de cooperación como se esperaba que fuera.
- En cuanto a participación se refiere, tanto en las empresas como en las comunidades no se da el resultado que se espera, ya que en los índices de participación son muy bajos en ambos lugares.

- Por lo tanto, se nota un deseo natural de las personas por ayudar a las demás, así como en tomar conciencia de lo que la responsabilidad social significa en nuestro día a día y están muy anuentes a cooperar si se los pidieran, pero por diversos factores que ellos expresan en sus comentarios finales como el tiempo, la falta de organización comunitaria y las restricciones gubernamentales son un ejemplo del por qué no se están dando los resultados que se esperan.
- Con relación a los comentarios aportados por los entrevistados, encontramos que es muy difícil organizar a una comunidad para que se desarrolle un equipo de trabajo, el cual contribuya al desarrollo de programas de ayuda comunitaria y medio ambiental, también consideran que son pocas las organizaciones que cumplen esta función, según las opiniones dadas.
- Por último, como una excepción, según el aporte de una mujer y madre en el hogar se puede poner en práctica aspectos de carácter ambiental, como lo es enseñar a sus hijos la importancia del reciclaje en casa, lo cual hace ver que al menos en el hogar algunos de ellos ponen en práctica su responsabilidad social individual, sin que exista una organización formal o informal que fomente esas iniciativas.

Recomendaciones

Al ver el porcentaje de profesionales que aplican la responsabilidad en sus empresas, considero importante realizar un tipo de *benchmarking* de las prácticas que realizan en las empresas, hacia los hogares y las comunidades, esto con el fin de que se genere un vínculo donde se logre adaptar estas iniciativas empresariales y se cumplan en sus comunidades más cercanas, y de esta manera fomentar en sus vecinos prácticas que puedan aplicar en sus hogares y así lograr una cultura y cambios en la forma de pensar de algunos de ellos que no realizan aportes de carácter social y ambiental.

En el caso de las instituciones gubernamentales es necesario profundizar y capacitar a sus empleados en prácticas que les permitan a estos no solo como institución, sino también como individuos, lograr que exista un interés común en que se den acciones en pro del bienestar social y ambiental.

Como recomendación general, considero fomentar en la educación primaria y secundaria aspectos relacionados a la responsabilidad social individual. Lo anterior surge a raíz de mi opinión como universitario y un poco basado en las opiniones de los encuestados, pues el concepto de la responsabilidad social hoy día es conocida en su mayoría por personas universitarias en rangos de licenciatura y maestría, o bien profesionales con años de experiencia, por tanto es importante que con los valores que se inculcan no solo en las escuelas sino también en el hogar, se eduque al estudiante desde temprana edad y en toda su carrera colegial para dar importancia a su responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente que lo rodea, no como una obligación sino como una necesidad más de lograr una mejor calidad de vida en su futuro y la de sus descendientes.

Bibliografía

Chile, P. U. (noviembre de 2005). *SciElo.cl*. Recuperado el 1 de febrero de 2012, de http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-22282005000200004&script=sci_arttext

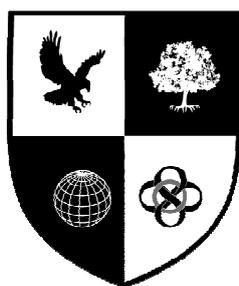
Panorama Laboral. (2007). *OIT: Oficina Regional para America Latina y el Caribe*. Recuperado el 1 de febrero de 2012, de <http://www.oit.org.pe/>

Reporte del Estado Mundial de Voluntariedad. (2011). *Reporte del Estado Mundial de Voluntariedad*.

The London School of Economics and Political Science. (2010). *Revista Económica*. Obtenido de <http://www.ebscohost.com/>

Understanding Individual social Responsibility. (s.f.). *irsworld.com*. Obtenido de <http://www.irsworld.com>

Anexo 1



ULACIT
UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA
DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
— COSTA RICA —

Encuesta sobre responsabilidad social

Estimado lector:

La siguiente encuesta se realiza con el fin de obtener una amplia perspectiva sobre el tema de responsabilidad social, para el seminario de graduación en la Maestría Administración de Empresas de la ULACIT, la cual estoy cursando actualmente, por lo tanto cabe aclarar que la información brindada será completamente confidencial y no posee otro propósito más que el académico. Su ayuda es de antemano muy agradecida.

Acerca de usted

Mencione su rango de edad

Answer Options	Response Percent	Response Count
18 - 23	1.9%	1
24 - 29	35.8%	19
30 - 35	18.9%	10
Más de 36 años	43.4%	23
<i>answered question</i>		53
<i>skipped question</i>		1

¿Cuál es su grado académico?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Bachillerato	27.8%	15
Licenciatura	35.2%	19
Maestría	35.2%	19
Doctorado	1.9%	1
<i>answered question</i>		54
<i>skipped question</i>		0

La industria en que se desempeña es:

Answer Options	Response Percent	Response Count
Médica	17.0%	9
Comercio	15.1%	8
Servicios	50.9%	27
Agrícola	17.0%	9
<i>answered question</i>		53
<i>skipped question</i>		1

Su empresa es:

Answer Options	Response Percent	Response Count
Nacional	61.5%	32
Multinacional	28.8%	15
Otra	9.6%	5
<i>answered question</i>		52
<i>skipped question</i>		2

Sección #1 Competencias en pro del bienestar social

¿Alienta a sus trabajadores para que desarrollen habilidades verdaderas y carreras a largo plazo, por ejemplo, un plan de carrera o un plan de formación?

Answer Options	Response Percent	Response Count
----------------	------------------	----------------

Sí	67.9%	36
No	13.2%	7
A veces	7.5%	4
No aplica	11.3%	6
<i>answered question</i>		53
<i>skipped question</i>		1

¿Consulta con sus empleados o familiares y amigos los temas importantes de responsabilidad social, por ejemplo, prácticas medio ambientales, campañas de donación o de ayuda social?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Sí	50.9%	27
No	17.0%	9
A veces	30.2%	16
No aplica	1.9%	1
<i>answered question</i>		53
<i>skipped question</i>		1

¿Ofrece a sus empleados un buen equilibrio entre la vida privada y el trabajo como, por ejemplo, considerar un horario flexible de trabajo o permitir que los empleados hagan el trabajo en casa?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Sí	47.2%	25
No	13.2%	7
A veces	22.6%	12
No aplica	17.0%	9
<i>answered question</i>		53
<i>skipped question</i>		1

Sección #2

Competencia de cooperación

¿Ha pensado en qué forma podría usted influir en su empresa para utilizar la sostenibilidad de sus productos y servicios para aventajar a la competencia, el reciclaje de productos, la eficacia energética, etc.?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Sí lo he pensado	65.4%	34
No lo he pensado	9.6%	5
En parte	21.2%	11
No aplica	3.8%	2
<i>answered question</i>		52

skipped question

2

¿Ha investigado por su propia cuenta sobre diversos métodos de cómo puede mejorar sus buenas prácticas de responsabilidad social?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Muchas veces	26.9%	14
Algunas veces	30.8%	16
Pocas veces	17.3%	9
Nunca	25.0%	13
<i>answered question</i>		52
<i>skipped question</i>		2

¿Promueve en su empresa programas de apoyo económico estable a proyectos y actividades de la comunidad (obras benéficas o patrocinios por dar ejemplos)?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Muchas veces	19.2%	10
Algunas veces	32.7%	17
Pocas veces	32.7%	17
Nunca	15.4%	8
<i>answered question</i>		52
<i>skipped question</i>		2

Sección #3

Competencia de participación

¿En su comunidad participa en algún grupo de trabajo para reducir el impacto ambiental?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Muchas veces	5.8%	3
Algunas veces	28.8%	15
Pocas veces	25.0%	13
Nunca	40.4%	21
<i>answered question</i>		52
<i>skipped question</i>		2

¿Participa junto con sus empleados, amigos y familiares en las actividades de grupo para beneficio de la comunidad, poniendo a su disposición el tiempo y la experiencia de sus empleados, amigos o familiares u otro tipo de ayuda práctica?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Muchas veces	9.6%	5

Algunas veces	34.6%	18
Pocas veces	26.9%	14
Nunca	28.8%	15
<i>answered question</i>		52
<i>skipped question</i>		2

¿Algún comentario adicional que desee compartir?	
Answer Options	Response Count
	10
<i>answered question</i>	10
<i>skipped question</i>	44