

¿Cuáles son las acciones más efectivas para desarrollar un proyecto exitoso de Responsabilidad Social?

María Fernanda Corrales Vega

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

Licenciatura en Comportamiento Organizacional

Resumen

La siguiente investigación busca mostrar las acciones más efectivas para desarrollar un proyecto de responsabilidad social, para todas aquellas organizaciones, que están empezando con algún proyecto o que actualmente cuentan con uno. Será de gran utilidad conocer sobre dichas acciones, para una mejor implementación respecto al tema.

Se entiende como concepto de responsabilidad social, aquella acción voluntaria, ejecutada con el fin de contribuir a las necesidades de la comunidad y que debe ser parte de la estrategia de la empresa, creándole un valor agregado a la misma. Existe gran interés de las organizaciones sobre esta cuestión. Sin duda alguna, este tipo de prácticas brindan beneficios tanto a nivel organizacional como a nivel ambiental y comunitario. Dichas ayudas se ven reflejadas en el corto, mediano y largo plazo. Sin embargo, es un concepto que apenas se está empezando a implementar en Costa Rica, ya que falta más conocimiento, afinidad y realización sobre el tema a nivel nacional.

Se estudiaron las opiniones de 50 personas encargadas en el tema de distintas organizaciones, mediante una encuesta. La información recolectada, contiene temas sobre la manera como se debe comunicar un proyecto, herramientas a utilizar, maneras de motivación hacia los involucrados, acciones o tareas fundamentales para el buen desarrollo del proyecto, entre otros.

Los elementos involucrados en el éxito de proyectos de responsabilidad social son muchos y muy diversos. Sin embargo, cada empresa está sujeta a las distintas necesidades que presente su contexto, el involucramiento de sus colaboradores y el logro de sus objetivos y estrategias planteadas. Lo importante, es que las organizaciones fomenten y ejecuten este esquema de gestión empresarial de manera eficiente, para el logro de otorgarle un valor reconocido ante la sociedad, reflejando cambios positivos hacia el ambiente y su comunidad y con los resultados esperados.

Abstract

The following study aims to show the most effective ways to develop a social responsibility project for all organizations of the Greater Metropolitan Area (GMA) which are either starting, or currently have a project. Being familiar with such actions will be very useful in order to have a better realization of the issue at hand.

The concept of social responsibility as a voluntary action is done in order to contribute to the needs of the community. This concept should be a part of the company's strategy, which in turn adds value to the company itself. The organizations are very interested in this issue. Undoubtedly, these practices provide benefits at both the environmental and community level. Such aid is reflected in the short, medium and the long term. Nevertheless, it is a concept that is just beginning to be implemented in Costa Rica. The reason for the lack of knowledge is the affinity and implementation of CSR practices at the national level.

The opinions of 50 people in charge from different organizations were studied through a survey. This research determines the actions of how the project should be run, tools that should be used to carry it out, ways of motivating the people involved, actions or tasks essential for the proper development of the project, and many other aspects.

There are many various elements involved in the success of social responsibility projects. However, each company is subject to the different needs depending on the context, the involvement of its employees and the achievement of its objectives and strategies proposed. What is most important is that the organizations promote and implement the business management scheme efficiently, achieve a recognized value given to society which reflects positive changes to the environment and their community, as well as the expected results.

Introducción

Cada empresa tiene una función social, según la actividad comercial a la que se dirige y los públicos a los que sirve. Sin embargo, esta función implica que debe cumplir con ciertas obligaciones, dependiendo tanto de la actividad a la que se dedique, como al ambiente y la sociedad donde se encuentre inmersa.

Es por ello que, en los últimos años, las prácticas socialmente responsables son una cuestión que ha estado como parte fundamental en las actividades de las empresas. El tema de la Responsabilidad Social tiene muchas variables asociadas e involucra factores sociales, económicos y ambientales para

alcanzar de manera voluntaria el logro hacia una contribución. El concepto de RS ha evolucionado desde una visión centrada en la filantropía y las donaciones caritativas, hasta un enfoque integral, que toma en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales de la organización. (Feinberg, Kowszyk, y Benzaken, 2009).

Actualmente, las empresas están siendo más conscientes con el ambiente y la realidad social en la que vivimos. Así mismo, la imagen de estas cambia ante la sociedad de manera positiva, si tienen o forman parte de algún proyecto de Responsabilidad Social, mejorando así su reputación ante sus públicos de interés.

Las organizaciones deben estar enteradas de las acciones más efectivas, para desarrollar un proyecto de responsabilidad social y que este sea exitoso; ya que al proporcionar buen desarrollo, con las formas más efectivas de implementación, de ese modo, garantiza el logro adecuado de los objetivos planteados. Así mismo, investigando las acciones más seguras y eficientes para este tipo de proyectos, se tendrá como resultado servir de ejemplo, para empresas que están empezando con las buenas prácticas y que vayan por la mejor dirección de dicha ejecución.

En un mundo tan competitivo y globalizado, las organizaciones deben innovar en sus productos y servicios. Las exigencias sociales, para que las empresas sean capaces de que las acciones operativas impacten el entorno ambiental y humano, son cada vez mayores. Los valores y las actuaciones de las empresas deben estar direccionados a darles un aporte significativo a la sociedad y al ambiente. Como parte de esta presión, la sostenibilidad del negocio juega un papel fundamental y debe ser parte de las estrategias empresariales; generando así, una ventaja competitiva al otorgarles un valor agregado ante el resto de la competencia.

Una organización no está aislada, ya que coexiste un vínculo permanente de influencia y reciprocidad entre la empresa y el entorno, y viceversa. Se hallan empresas en las que poseen proyectos que utilizan el término de “socialmente responsables”, solamente para ser reconocidas y tener una mejor reputación e imagen. Pero no se trata solamente de eso, una empresa debe llevar a cabo estos proyectos, sin tener ningún beneficio directo, sea económico o rentable. Que garantice la ética tanto personal, profesional como empresarial con los públicos involucrados en los planes, se asegura una acción exitosa para el logro y fin de las prácticas socialmente responsables.

El objetivo de esta investigación es informar sobre varios elementos esenciales para el éxito de proyectos de Responsabilidad Social, con aquellas empresas que por primera vez están incursionando en esta labor, así como también con las empresas con más experiencia que a pesar de sus esfuerzos, no han tenido éxito o no han logrado generar impacto en su contexto. El comprender la importancia e

influencia de estos elementos, permitirán la implementación posterior de nuevos proyectos, de manera segura y exitosa.

Más allá de los recursos económicos, es necesario empezar con la motivación e interés de ayudar, por parte de los voluntarios. Se requiere que las personas conozcan las razones, los métodos, las condiciones, el momento, el contexto y el resultado que se pretende llevar a cabo con la contribución. Del mismo modo, la planeación, organización, ejecución y control de un proyecto de esta naturaleza, requiere tiempo, disposición, recursos humanos y económicos para desarrollarlo de manera efectiva. La comunicación y la dedicación de parte de los involucrados es fundamental para ejecutar procesos eficientes con resultados significativos.

Como puede observarse en los párrafos anteriores, los elementos involucrados en el éxito de los proyectos de responsabilidad social son muchos y muy diversos; y con el propósito de definirlos claramente para generar nuevas propuestas exitosas, en la presente investigación se elaborará un cuestionario a las personas encargadas del desarrollo de este tipo de programas de distintas organizaciones del Gran Área Metropolitana (GAM).

Antecedentes

La responsabilidad social empresarial surgió a partir de los años 90's. Su objetivo, radica en que las empresas obtengan un compromiso social, que deben cumplir ante la sociedad y/o su ambiente al que estén inmersas. La implementación y ejecución, de dichos proyectos, se basan en lo que respecta a lo económico, social y ambiental, haciendo uso de manera responsable, logrando un reconocimiento, concientización y prestigio ante la humanidad.

Según (Melling y Jensen, 2002), citados por (Bull, 2004); sus raíces se identifican en diversas concepciones acerca de la gestión empresarial que existen en los archivos de los Estados Unidos entre los años 1950 y 1960, donde la responsabilidad social era considerada una obligación moral y responsabilidad personal del empresario.

La preocupación y las exigencias del mercado cada vez son mayores. Motivos por los cuales el desarrollo de prácticas y el involucramiento en proyectos de este tipo, actualmente forman parte de las estrategias empresariales de muchas compañías. Por lo que las empresas, que se han estado involucrando en este tipo de prácticas, y para lograrlo se dieron a la tarea de iniciar un cambio organizacional tanto a nivel interno como externo. Por consiguiente, la motivación hacia los voluntarios

es fundamental, así como el liderazgo, una dirección certera hacia las metas y objetivos organizacionales y un buen control de los mismos.

"Desde una perspectiva puramente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuye sin duda al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Si lo que perseguimos es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizando la huella medioambiental de nuestra generación, pensando en las generaciones venideras, está claro que todos tenemos que mejorar los procesos para que así sea". (González, 2004).

Para el año 1997, en Costa Rica, se fundó una institución sin fines de lucro, que promueve la responsabilidad social empresarial. Dicha institución, conocida como Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED), se encarga de formar alianzas e incentivar a las empresas a ejecutar este tipo de programas de bien social. Del mismo modo, el Instituto Nacional de Turismo (ICT), lanza campañas sobre el cuidado del medio ambiente, con el fin de generar un impacto en las acciones de todos los costarricenses.

Sin duda alguna, la puesta en práctica de empresas reconocidas, tales como la Cervecería y Kimberly Clark, han sido líderes como ejemplo para otras compañías en este tipo de proyectos. Razón por la que deben prosperar, surgir e innovar, para no quedarse rezagadas ante la competencia.

Según una encuesta realizada el 4 de octubre del 2010 por la empresa Deloitte, se obtuvo información respecto al tema en lo siguiente: Se hizo la consulta a 176 ejecutivos de diversas empresas del país. En donde se les preguntó: "¿qué nivel de desarrollo presenta su empresa en materia de Responsabilidad Social Empresarial?". Los resultados fueron los siguientes: el 40,6% de los ejecutivos reconoció contar con algún programa de RSE entorno a la comunidad. Un 35,3% de los 176 encuestados, indicó que cuentan con programas estructurados de RSE vinculados a su giro de negocio, es decir, un enfoque RSE dentro de su estrategia empresarial. Por último, el 21,1% de los entrevistados dijo que, a pesar de conocer el tema RSE, aun no han implementado acciones en sus empresas.

Con lo anterior, nos damos cuenta, que en el tema de la responsabilidad social empresarial en Costa Rica, está apenas en proceso. Existe un número significativo de empresas u organizaciones que ejecutan este tipo de prácticas, sin embargo, falta un buen número que realicen este tipo de proyectos y tengan conciencia de la importancia que tiene tanto para la empresa como para el medio ambiente. Pero conlleva más peso, para las generaciones futuras. Razón por la que se deben poner en práctica acciones concretas y eficientes, para evitar consecuencias a futuro.

Pertinencia

La importancia de llevar a cabo esta investigación, radica en que, hoy en día, un gran porcentaje de las empresas están invirtiendo en las prácticas socialmente responsables. El compromiso consiste en, aquella acción voluntaria, ejecutada con el fin de contribuir a las necesidades de la comunidad y que debe ser parte de la estrategia de la empresa y crearle un valor agregado. Existen expectativas de la sociedad, para que las empresas ayuden al entorno que las rodea. Por consiguiente, las empresas se ven presionadas a formar parte de alguna práctica responsable al estar inmersas en un mundo globalizado.

Para desarrollar un proyecto exitoso, es necesario saber las acciones más importantes para llevarlo a cabo de la mejor manera. Acciones, hay muchas. Sin embargo, ¿cuáles son las más efectivas para desarrollarlo? Esta pregunta se responderá con el fin de que la investigación sea una guía para las empresas u organizaciones que quieran implementar un proyecto responsable o que inclusive ya lo ejecutan, pero hay acciones que se hacen y no necesariamente son las mejores.

Este tipo de prácticas involucran el recurso humano, económico y ambiental, razón por la cual se debe tomar en consideración un enfoque integral de lo que se quiere poner en marcha. Saber el momento, el presupuesto, el público al que se quiere dirigir y los recursos disponibles, son elementos que se deben tomar en cuenta. Del mismo modo, el éxito radica, en la participación de sus públicos como voluntarios, la comunicación debida con los involucrados, el interés y motivación por ayudar, cumplir con los objetivos planteados, la división de funciones, presupuesto determinado, programas flexibles, el seguimiento del proyecto, entre otros. Además, parte del éxito conlleva visualizar cómo se ve plasmada la imagen de la empresa ante la sociedad.

El desarrollo de los proyectos, implica una serie de pasos fundamentales para su avance de la planeación, organización, ejecución y control de los proyectos. Un cuidado significativo es que cada uno de esos pasos se elabore eficientemente. No se trata de dar dinero, ni hacer una vez una obra de caridad y no darle un seguimiento debido. Aquí recae el verdadero significado de las prácticas responsables de manera debida, prestigiosa y exitosa. Que la empresa realmente se involucre con los proyectos, les dé el seguimiento debido es parte del camino al éxito.

Así mismo, es importante que la empresa haga sus proyectos relacionándolos con el área de sus productos, servicios o con su fin mediante el cual le sirven a la sociedad; proporcionando mayor seguridad y esmero, como parte de la razón social de la organización.

Existen muchos libros, artículos y revistas sobre este tema. Sin embargo, la experiencia real de las empresas, así como también de sus colaboradores, proporcionará conocimiento elemental para el desarrollo de dicho proyecto. Del mismo modo, la recopilación de datos sobre proyectos actualmente

en ejecución, brindará valiosa información para ponerla en práctica y tomarla en cuenta para proyectos futuros.

Problema

¿Cuáles son las acciones más efectivas para desarrollar un proyecto exitoso de Responsabilidad Social?

Objetivo General

Definir las acciones más efectivas para desarrollar un proyecto exitoso de Responsabilidad Social.

Objetivos Específicos

- 1- Identificar las estrategias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social, que utilizan algunas organizaciones.
- 2- Determinar el impacto que han tenido los proyectos de responsabilidad social, dentro de las organizaciones.
- 3- Señalar las herramientas básicas que han estado presentes en los proyectos de Responsabilidad Social y que han tenido impacto en el contexto.

Variables

- 1- Estrategias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social, que utilizan algunas organizaciones con proyectos en Costa Rica.

Definición Conceptual

Tácticas para la ejecución de las buenas prácticas, que manejan ciertas estructuras con en nuestro país.

- 2- Impacto que han tenido los proyectos de responsabilidad social, dentro de las compañías.

Definición Conceptual

Importancia obtenida de aquellas prácticas socialmente responsables, en las organizaciones.

- 3- Herramientas básicas que se deben llevar a cabo por su impacto en el contexto para el desarrollo de un proyecto de responsabilidad social exitoso.

Definición Conceptual

Instrumentos elementales para un desarrollo importante de prácticas socialmente responsables en la comunidad de manera triunfante.

Alcances y Limitaciones

Alcances

- 1- Con los resultados de la investigación, se podrán destacar las acciones más efectivas a la hora de llevar a cabo un proyecto de responsabilidad social.
- 2- Se enfatizará la importancia de implementar proyectos de responsabilidad social, dentro de las empresas u organizaciones.
- 3- La información recopilada, servirá como base para el desarrollo de proyectos posteriores, al tema de responsabilidad social, que buscan la ampliación de temáticas específicas que se plantean en esta investigación.
- 4- Con la realización de este proyecto de investigación, se obtendrá un instrumento válido para la generación de nuevas ideas y propuestas en el campo de la responsabilidad social.
- 5- Esta investigación servirá como herramienta para conocer, las acciones y medidas que se deben tomar para implementar en un proyecto de responsabilidad social.
- 6- Esta evaluación podrá ayudar a identificar cambios que se pueden hacer para mejorar el desarrollo de un proyecto de responsabilidad social.

Limitaciones

- 1- El estudio únicamente se efectuará en el periodo que abarca de mayo a agosto del 2011, por lo que es muy poco tiempo, para el desarrollo del mismo, razón por la cual no se obtiene toda la información de manera profunda, al ser esta sesgada.
- 2- A causa de la novedad del tema para muchas empresas u organizaciones, puede haber una insuficiencia con respecto a la muestra de personas y/o empresas a evaluar.
- 3- La disponibilidad de tiempo, que tengan las personas a encuestar, encargadas del desarrollo de estos proyectos.
- 4- Escasez en la recopilación de la información requerida, por motivos de novedad de la misma.
- 5- Restricción a páginas de internet, para responder al cuestionario por parte de algunas empresas.
- 6- En la investigación no se puede hacer un cálculo definido, ya que no existe un total de muestra representativa, porque hay muchas organizaciones que no publican sus proyectos de responsabilidad social. Esto no significa, que los datos recolectados no sean válidos.
- 7- Por el tipo de investigación, se considera que no es un muestreo al azar ni tampoco un muestreo probabilístico.

Revisión Bibliográfica

La Responsabilidad Social (RS) es un tema al que se le ha dado gran importancia durante los últimos años, y se ha convertido en un importante valor agregado para las empresas. Tanto en el nivel nacional como internacional, esta práctica involucra un proceso de sensibilización de los entes involucrados para llevar a cabo proyectos de bien social o ambiental. También conocida como Responsabilidad Social Corporativa, por ella se entiende una orientación práctica de las actividades de la empresa. Su preocupación central no es la rectitud de las expectativas sociales, si no la búsqueda de vías para su adecuada implementación. León, M. A. (2010).

Entre los principales retos de la responsabilidad social, podemos destacar el cambio climático y las desigualdades sociales, factores que desencadenan miles de problemas asociados, producto de la

globalización actual. Sin duda alguna, es claro que esta conceptualización envuelve la maximización de beneficios, sustentado en la parte económica de cada empresa. En el libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas, explica de manera detallada, el concepto de la Responsabilidad Social de las Empresas (2001, pág. 7):

“La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.”

Muchas empresas pueden ser socialmente responsables. Sin embargo, el impacto que generen dependerá, en gran medida, del objetivo con el que inicien su proyecto. Sabemos, que existen grandes intereses de por medio, y que el dinero y la imagen están envueltos en el proceso de un proyecto de responsabilidad social.

Según López, L. (2002, pág. 2): se pretende: “ser la economía más competitiva y dinámica del mundo basada en el conocimiento, capaz de mantener un crecimiento económico sostenido con más y mejores trabajos y una gran cohesión social”. Por consiguiente, cuando las empresas enfocan sus objetivos, estrategias y metas, hacia la RS, obtienen grandes beneficios, tales como: mejor gestión de las operaciones en cuanto a orden, utilización adecuada de los recursos materiales, humanos y económicos, así mismo motivación entre las personas involucradas, menores brechas sociales, etc.

Actualmente, existe gran nivel competitivo entre las empresas, en donde su imagen y/o reputación están expuestas a grandes críticas, demandas o elogios de la sociedad. Sin embargo, como parte de ello, las empresas que cuentan con proyectos o programas de RS, de manera consciente e inconsciente, su imagen cambia de forma positiva ante la sociedad. Ya que al estar inmersa dentro de un compromiso con la sociedad y/o el ambiente, esto conlleva a un nivel de responsabilidad más profundo. De la misma forma, la RS crea una ventaja competitiva ante los demás, otorgándole a la organización

una ventaja en su imagen, posicionándola en un nivel más alto, reconociéndose y destacándose ante el resto de las empresas.

Según Prado, E.G., Flores, Pratt y Ogliastri (2004, pág. 9): “Responsabilidad Social es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que esta se convierta en co-responsable por el desenvolvimiento social. Una empresa socialmente responsable es aquella que posee la capacidad de escuchar los intereses de las diferentes partes (accionistas, empleados, prestadores de servicio, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) e incorporarlos en el planeamiento de sus actividades y atender las demandas de todos ellos y no únicamente de los accionistas o propietarios”.

Asimismo, la ética de las personas involucradas juega un papel fundamental para llevar a cabo los proyectos de manera satisfactoria y observar los resultados esperados. Como parte de ello, la acción voluntaria requiere de la adaptabilidad, integridad y compromiso por parte de todos los individuos para apoyar y sostener los resultados esperados.

Sin duda alguna, el entorno donde está inmersa cada empresa tiene necesidades distintas según su localidad, cultura y educación de las personas, etc. Este público tiene altas expectativas sobre la empresa para que, de algún modo, contribuya a su comunidad. Sin embargo, existen prioridades de por medio, las cuales se deben tener bien definidas, para responder adecuadamente a las insuficiencias de su entorno. (Fundación Empresa y Sociedad, 2001).

A la misma vez, las empresas deben tener una visión bien clara hacia dónde se dirigen, ya que los proyectos de RS establecidos por la compañía, por lo general están de la mano con la dirección futura de la empresa. Se asegura en cierta forma el futuro, por medio del esfuerzo dedicado de manera colectiva, para un mejor bienestar empresarial y social, incrementando también su rentabilidad empresarial.

De manera contraria, algunas empresas creen que la rentabilidad se refleja de forma negativa, al ser los proyectos de RS una inversión de tiempo y dinero; pues invierten recursos económicos, materiales y humanos para la elaboración de los proyectos.

Cuando se trata de la visión del negocio, viendo el panorama a un largo plazo, la toma de decisiones y la transparencia en este tipo de buenas prácticas afectan positivamente la rentabilidad del negocio. (PriceWaterHouse Coopers, 2003).

Los proyectos de RS han ido formando parte de las estrategias de las empresas hoy en día, en especialmente por las grandes presiones en el nivel global de tener este tipo de proyectos. El interés

por ser parte de ayudar al mundo ha generado cambios drásticos en los procesos y políticas de las empresas.

Para Hohnen, P. (2007), existen varias formas de ejecutar proyectos de RS, ya que cada empresa tiene características únicas, y las circunstancias que afectarán los puntos de vista de su contexto operativo y su definición de las responsabilidades sociales y métodos para conseguirlos, varían según su conciencia y enfoque. Asimismo sus intereses difieren, ya que cada empresa tiene su propia personalidad, públicos, estrategias, etc. Además, la comunidad donde están presentes tendrá gran peso en este tipo de proyectos. Del mismo modo, existen variables poderosas tales como el presupuesto, personas involucradas e intereses corporativos, los cuales generan una dirección para el planeamiento y desarrollo de las buenas prácticas.

El planeamiento, ejecución, seguimiento y control se debe desarrollar como todo procedimiento interno de la compañía. Esto con el fin de lograr resultados esperados y propuestos por los equipos, de manera satisfactoria para todas las partes integrantes. La palabra satisfacción envuelve el cambio social o ambiental de forma positiva, gracias al trabajo en equipo y el esfuerzo otorgado al proyecto.

Leguizamón y Ickis (2005), destacan como factores importantes para considerar: sostenibilidad, independencia, competitividad, solución de problemas de salud, educativos, ambientales y comunitarios, autonomía en la solución de los problemas y aplicación de las estrategias de la empresa en los proyectos planeados.

Actualmente, los consumidores optan por comprar productos o adquirir servicios, en los que las compañías tengan buenas prácticas responsables; otorgándoles un posicionamiento prioritario en su compra ante la competencia.

El aporte de la Comunicación Organizacional es primordial en el fortalecimiento de las prácticas éticas y socialmente responsables; por este motivo, es importante proponer una comunicación estratégica que debe ir más allá de las relaciones públicas o la publicidad, hasta llegar a una simétrica actitud empresarial donde “se hace lo que se dice y se defiende lo que se cree; el valor de lo que hacemos, no sólo de aquello que decimos”. (Briceño, S., Mejías, I., y Moreno, F. 2010).

La comunicación es sumamente importante, ya que al mantener al público informado, se facilitará alcanzar los objetivos de los proyectos sociales establecidos. Del mismo modo, la educación de las personas, logra que las personas contribuyan significativamente en las acciones diarias trascendentales. Como parte de ello, la maximización de recursos será significativa para sacarles el mayor aprovechamiento y evitar así el desperdicio de elementos tales como agua, luz, papel, etc.

Osay, S. (2002) recomienda las herramientas de comunicación que deberían utilizarse para Proyectos de Responsabilidad Social:

- Las Directrices para la RSE que define la dirección de la empresa.
- Presentaciones internas.
- Boletines informativos internos.
- Sitios en intranet.
- Informes sobre la RSE.
- Se debe prestar atención a que las actividades de RSE sean tratadas como “trabajo habitual” y no como “trabajo extra”.

Así mismo, la comunicación de las directrices es sumamente importante para el desarrollo adecuado del proyecto de RS, recomendado según Osay S. (2002).

-Obtener el compromiso del equipo gerencial de que participará en las actividades de RSE y las apoyará activamente.

-Investigar temas, programas y mejores prácticas de RSE internamente -dentro de la empresa- y externamente.

-Elegir un “líder” ó “responsable” del programa de RSE para que sea la persona que lidere el proceso de aplicación del programa.

-Crear un Plan y un Presupuesto para la RSE.

“Existen diversas metodologías para elaborar y desarrollar proyectos. Cada organización puede elegir la que mejor se adapte a sus necesidades, pero uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta para que los proyectos de RS sean exitosos es lograr un buen equipo de profesionales que se comprometa con el mismo, y así poder establecer indicadores, cumplir con las metas y objetivos.” (Castro, M, 2006).

El trabajo en equipo es fundamental para la elaboración de las prácticas sociales. La integración de las personas a las buenas prácticas ha propiciado que la cultura empresarial dé un cambio radical en los valores y creencias de los involucrados. De la misma forma, el comportamiento organizacional se torna más positivo al persuadir los pensamientos, sentimientos y acciones de manera más colaborativa.

Porto y Castromán (2006) plantean que toda empresa que desee ser socialmente responsable debe cumplir con los siguientes requisitos:

1) Promover e impulsar en su interior una cultura de RS que busque las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.

2) Identificar las necesidades sociales del entorno en que opera y colaborar en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.

3) Hacer públicos los valores de su empresa y desempeñarse con base en un código de ética.

4) Vivir al interior y al exterior de esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a la dignidad humana.

5) Promover el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores)

6) Identificar y apoyar causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.

7) Respetar el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.

8) Invertir tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.

9) Participar, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, en organizaciones de la sociedad civil (OSC) y/o con el gobierno, en la atención de las causas sociales que ha elegido.

10) Tomar en cuenta e involucrar a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Todo lo anterior, son acciones recomendadas, citadas por los distintos autores, para el desarrollo eficiente de un proyecto de responsabilidad social empresarial. No obstante, cada empresa está sujeta a las distintas necesidades que presente su contexto. Sin duda alguna, sus integrantes deben saber el verdadero significado de la RS para la organización que laboran, con la finalidad de que exista un involucramiento y cumplimiento de los objetivos establecidos para los distintos proyectos que se estén implementando en la empresa.

Metodología de la Investigación

La presente investigación es de carácter cuantitativo, por lo que se hará una encuesta a personas encargadas de realizar proyectos de Responsabilidad Social. El tema es nuevo para muchas organizaciones, sin embargo, en los últimos años se le ha dado gran importancia y emprendimiento a este tipo de proyectos para que formen parte estratégica de sus organizaciones.

Se tomará una muestra de 50 individuos que trabajen en empresas, instituciones u organizaciones que ejecuten prácticas de bien social, de distintas áreas sea ambiental, económico o social dependiendo del contexto en que esté inmersa cada organización. La muestra seleccionada está constituida por hombres y mujeres, generalmente del departamento de recursos humanos o mercadeo. Así mismo, existen empresas que cuentan con su propio departamento de responsabilidad social, o inclusive personas que trabajen de manera independiente realizando este tipo de proyectos.

Se utilizará el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que se requiere de algún nivel de selectividad por los conocimientos en el tema. Gran parte de la muestra, corresponden a clientes de la Asociación Nacional para el Desarrollo (AED), organización sin fines de lucro que promueve este tipo de prácticas. Además se tomó como parte de la muestra, a empresas reconocidas por su ranking publicadas en la web, por sus proyectos de responsabilidad social. Posteriormente, dichas organizaciones refirieron a otras empresas, las cuales fueron recomendadas al estar involucradas en el tema. Por consiguiente, se analizaron las opiniones y respuestas de cada encuestado, determinando las acciones más efectivas o utilizadas por estas empresas con experiencia en el área, para desarrollar un proyecto de responsabilidad social exitoso.

El cuestionario se realizará de manera virtual, con una herramienta on line llamada *Encuesta Fácil*, la cual permite la obtención de resultados y las respectivas tabulaciones. En la implementación de dicha encuesta, se contactó a las personas por medio de correo electrónico y/o llamada telefónica a las muestras seleccionadas manejadas por una base de datos con la información necesaria, la cual contiene referencias tales como el nombre del contacto(s), teléfono o correo electrónico y organización a la que pertenece.

La encuesta consta de un total de 10 preguntas. De las cuales, siete son preguntas cerradas y dos son preguntas semiabiertas. Se recolectó información que contiene temas sobre la manera como se debe comunicar un proyecto, herramientas a utilizar, maneras de motivación hacia los involucrados, acciones o tareas fundamentales para el buen desarrollo del proyecto, entre otros.

Por medio de las muestras seleccionadas y los resultados analizados, dicho cuestionario busca percibir las acciones más efectivas para el desarrollo de un proyecto de responsabilidad social. Sin duda

alguna, se determina el nivel de conocimiento y el enfoque percibido por los encuestados respecto al tema. Dando a conocer dichas funciones, para proyectos futuros de manera exitosa y con un conocimiento enriquecedor en el área.

Antes de llevar a cabo las encuestas, se les solicitó a dos expertos en el tema verificar de manera analítica las preguntas, para que estas fueran claramente comprendidas a la hora de responder. Del mismo modo, hicieron una revisión para detectar posibles errores ortográficos o de redacción. Posteriormente, con el visto bueno de los expertos se empezó con la recolección de datos.

La información recolectada, se maneja de manera confidencial y con el fin, de un estudio universitario. Sin embargo, servirá de aporte para futuras investigaciones en el área, como también de guía para empresas u organizaciones que están empezando con prácticas socialmente responsables o para aquellas organizaciones que su implementación en estos proyectos no se ha llevado a cabo de manera eficiente o con los resultados esperados.

Presentación de los Resultados

A continuación se presentaran los resultados del instrumento aplicado a la muestra de la investigación.

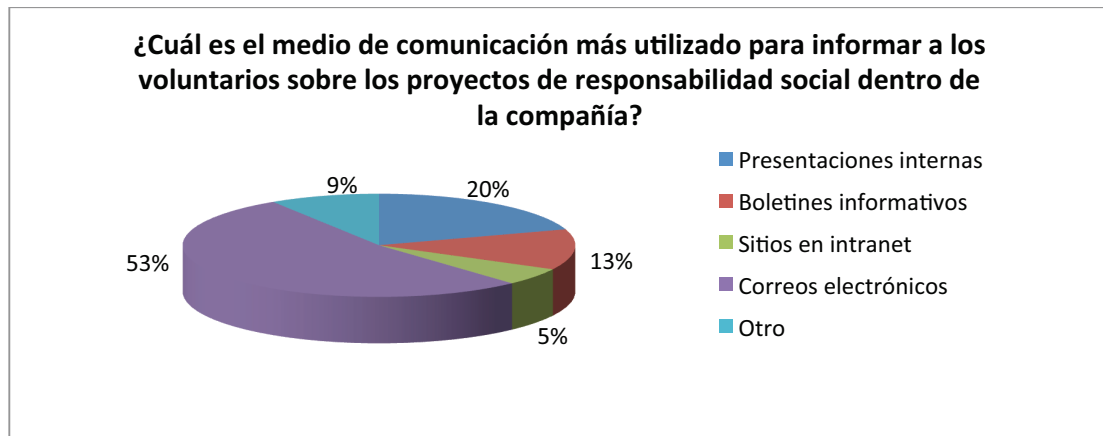
Ilustración 1: ¿Ha colaborado usted en algún proyecto de Responsabilidad Social?



Fuente: Elaboración propia.

En los últimos años el tema de responsabilidad social ha tenido gran importancia en las organizaciones. Como se evidencia con un resultado de 95% de los encuestados han colaborado en algún proyecto de responsabilidad social y solamente un 5% de los encuestados no lo ha hecho.

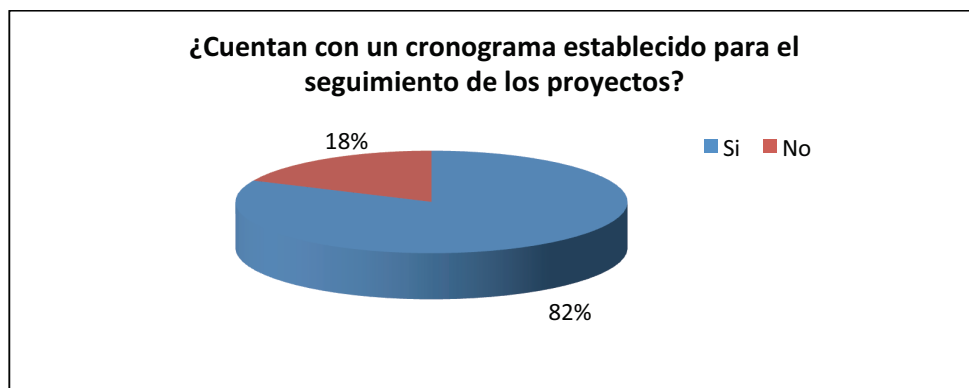
Ilustración 2: Medio de comunicación más utilizado para informar a los voluntarios.



Fuente: Elaboración propia.

Un 53% de los encuestados coincidió en que el medio de comunicación más utilizado para informar a los voluntarios o involucrados sobre los proyectos de responsabilidad social es por medio de correo electrónico. Seguidamente por un 20% acordó que es por medio de presentaciones internas. Además un 13% expresa que por boletines informativos. Por otro lado, una minoría determinó que por otro tipo de medio de comunicación 9%, tales como redes sociales o pizarras informativas y un solo un 5% considera sitios en la intranet.

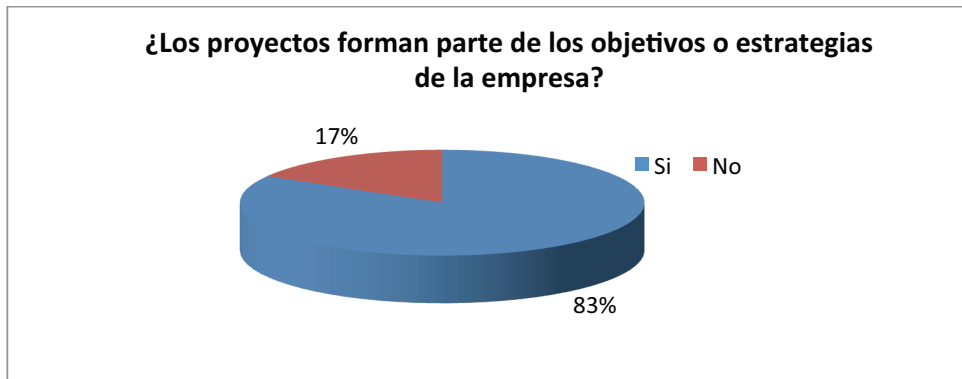
Ilustración 3: ¿Cuentan con un cronograma establecido para el seguimiento de los proyectos?



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de personas en estudio (82%) coincidió en que si cuentan con un cronograma establecido para el seguimiento de los proyectos. De manera contraria, un 18% no cuenta con un cronograma.

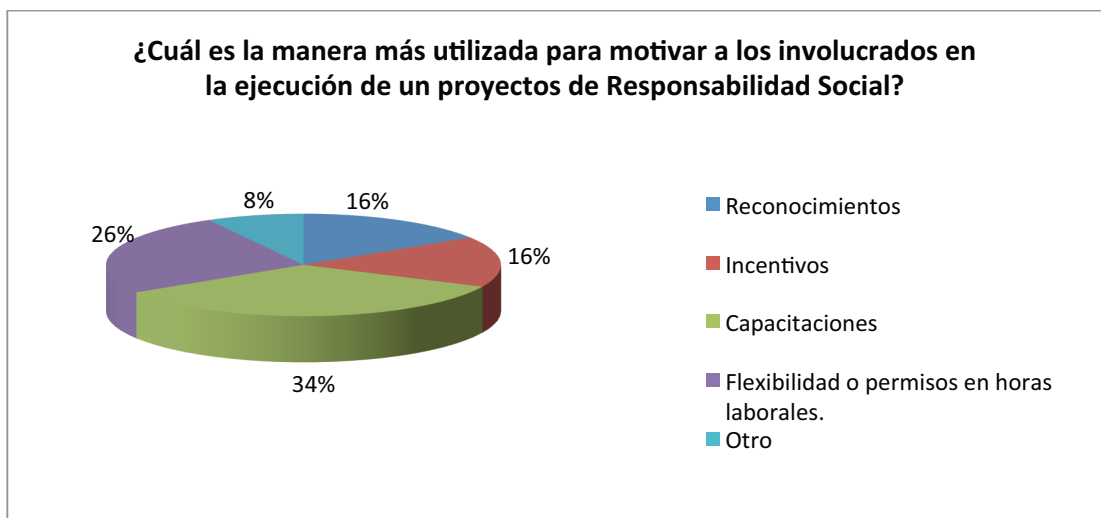
Ilustración 4: Los proyectos forman parte de los objetivos o estrategias de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

El tema que los proyectos formen parte de los objetivos o estrategias de la empresa se evidencia en la investigación de manera sobresaliente con un 83%, lo cual demuestra gran importancia para una organización al direccionar este tipo de planes como parte de la razón social de la compañía, mientras que un 17% considera que estos no forman parte de los objetivos o estrategias de la empresa.

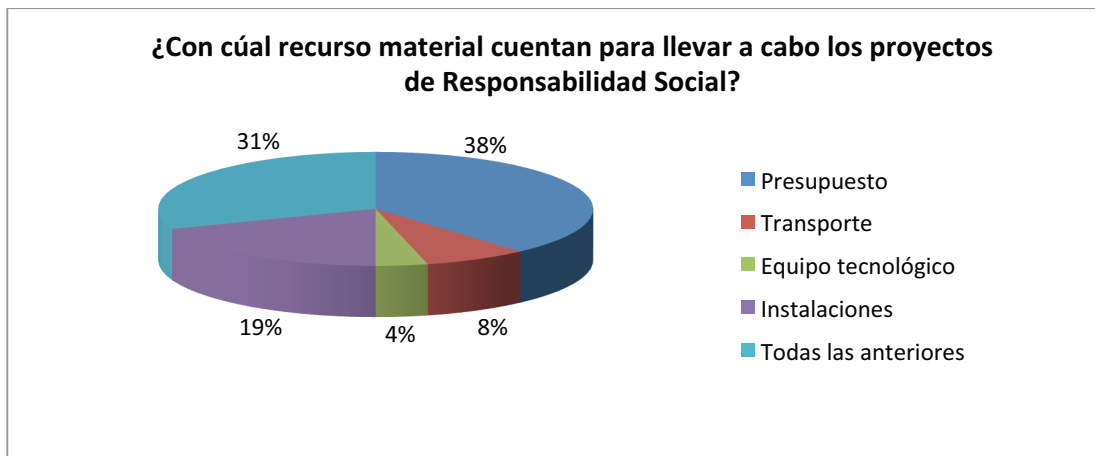
Ilustración 5: Manera más utilizada para motivar a los involucrados en un proyecto.



Fuente: Elaboración propia.

Una empresa que aplique maneras de motivar a los involucrados para este tipo de proyectos es significativa para las partes. Como se observa en la muestra, un 34% coincide en que las capacitaciones es la manera más utilizada para motivarlos. En segundo lugar, con un 26% consideran que la flexibilidad o permisos en horas laborales. Un 16% piensa que es por medio de los incentivos y reconocimientos respectivamente. Únicamente un 8% consideró otro tipo de motivación, tales como concientización de la importancia de los programas y/o desarrollo de destrezas.

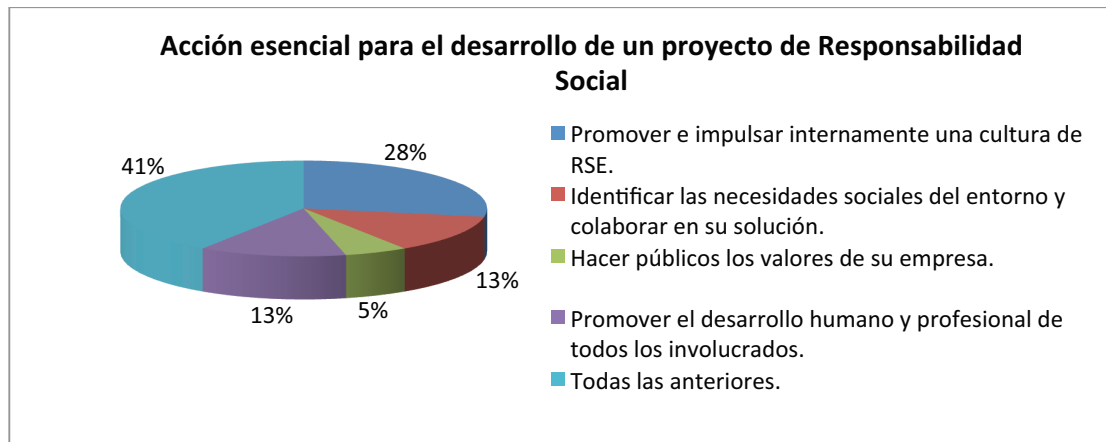
Ilustración 6: Recurso material más utilizado para llevar a cabo un proyecto.



Fuente: Elaboración propia.

Al cuestionarles sobre cuál recurso material cuentan para llevar a cabo los proyectos de responsabilidad social, un 38% coincide en tener un presupuesto establecido. Seguidamente un 31% concuerdan con que cuentan con todos los recursos materiales tales como presupuesto, transporte, equipo tecnológico e instalaciones. En puestos más bajos se observa un 19% solamente instalaciones, un 8% transporte y un 4% equipo tecnológico.

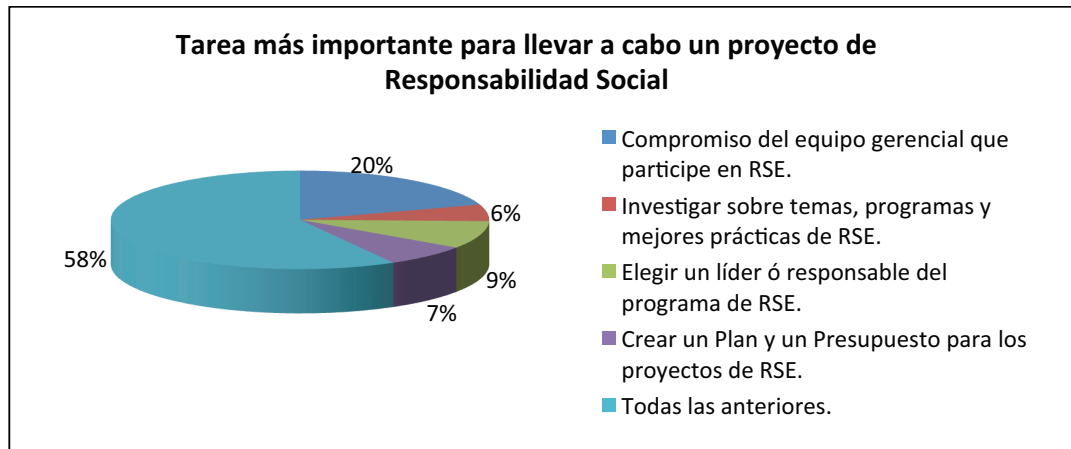
Ilustración 7: Acción esencial para el desarrollo de un proyecto.



Fuente: Elaboración propia.

Si bien es cierto, existen muchas acciones importantes para llevar a cabo el desarrollo de un proyecto de responsabilidad social. Por consiguiente, la muestra evidencia (41%), que promover e impulsar una cultura de RSE, identificar las necesidades sociales del entorno y colaborar en su solución, hacer públicos los valores de la empresa y promover el desarrollo humano y profesional de todos los involucrados, todas las anteriores como acciones esenciales para el desarrollo. Posteriormente un 28%, piensa que promover e impulsar una cultura de RSE es la más importante. Seguidamente por un 13% dice que identificar las necesidades sociales del entorno y colaborar en su solución y promover el desarrollo humano y profesional de todos los involucrados son las más esenciales. Por último un 5% considera que solamente hacer públicos los valores de la empresa es la más relevante para el desarrollo de este tipo de proyectos.

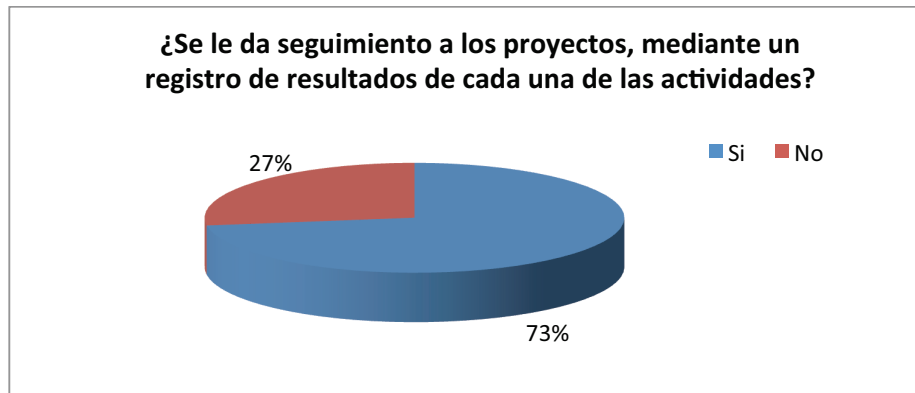
Ilustración 8: Tarea más importante para llevar a cabo un proyecto.



Fuente: Elaboración propia.

Continuamente con el gráfico anterior, la respuesta con mayor cabida un 58% de los encuestados opina que en conjunto tareas tales como: el compromiso del equipo gerencial que participe, investigar sobre temas, programas y mejores prácticas, elegir un líder ó responsable del programa, crear un plan y un presupuesto para los proyectos son tareas importantes para llevar cabo. Sin embargo, un 20% consideró solamente que el compromiso del equipo gerencial participe. Otra tarea con poco porcentaje (9%) opina que la elección de un líder ó responsable del programa. Un 7% dice que crear un plan y un presupuesto para los proyectos. Por último un 6% coincide en que solamente el investigar sobre temas, programas y mejores prácticas son importantes.

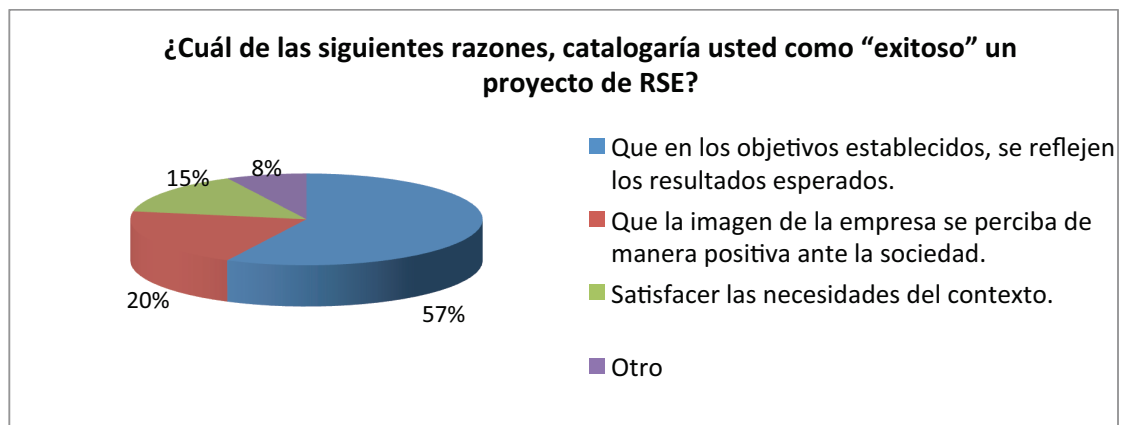
Ilustración 9: ¿Se le da seguimiento a los proyectos, mediante un registro de cada una de las actividades?



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar un alto porcentaje (73%) de la muestra consideró que sí se le da un seguimiento a los proyectos mediante un registro de resultados de cada una de las actividades. De manera contraria, un 27% opina que no se le da ningún seguimiento a las actividades hechas.

Ilustración 10: Catalogar éxito en un proyecto.



Fuente: Elaboración propia.

Para finalizar el cuestionario se les preguntó a los involucrados en el tema de responsabilidad social, cuál razón considera usted como “exitoso” un proyecto de este tipo. Que en los objetivos establecidos por la organización, se reflejen los resultados esperados, tuvo gran impacto con un 57% de la muestra. Un 20% piensa que la imagen de la empresa se perciba de manera positiva ante la sociedad. Posteriormente con un 15% se encuentra satisfacer las necesidades del contexto y finalmente con un 8%

consideró como opción otros tales como: Impactar positivamente a los stakeholders de forma que ellos tengan un papel activo en el desarrollo del proyecto, aquel que responde a la gestión de impactos negativos/riesgos del negocio y/o potencia los impactos positivos de la empresa, para mejorar la calidad de vida de sus stakeholders, contribuir al desarrollo sostenible y un proyecto en el cual se logre sensibilizar a los participantes sobre su responsabilidad individual en un marco social.

Discusión

En el gráfico #1, se evidencia un gran porcentaje de un 95% de los encuestados, han colaborado en proyectos de responsabilidad social e inclusive forman parte de la coordinación u organización de los mismos. Cabe recalcar la importancia de este tema, en las organizaciones de hoy en día que están aplicando este tipo de prácticas. Para muchas, se basa en cuestiones de voluntariado, aspectos de crear una imagen positiva ante la sociedad, ayudar al contexto que la rodea, entre muchos otros. A pesar del significativo resultado anterior, un 5% de las personas colaboradoras, tienden a ser identificadas como parte de los proyectos de Responsabilidad Social, pero en realidad no cumplen formalmente este rol en las organizaciones a las que pertenecen.

Con respecto a los medios de comunicación más utilizados para informar a los voluntarios sobre los proyectos, se refleja el correo electrónico con un (53%). Dicho medio no tiene ningún costo, es efectivo, seguro y personalizado. Muchas de las compañías utilizan las presentaciones internas para dar a conocer los proyectos o información importante sobre el tema. Sin embargo, esta requiere del factor tiempo para ambas partes, de modo que puede verse de manera positiva al estar las personas prestando más atención hacia el tema, debido a la dedicación de tiempo y salirse un rato de la rutina laboral. O de manera contraria, considerarse negativamente, al quitarle tiempo laboral al personal para abarcar este tipo de temas. Este factor, sería considerado de manera más personal por cada involucrado, dependiendo de sus enfoques, tiempo y necesidades laborales.

Respecto a los boletines informativos (13%), son un material visual muy llamativo que puede captar con mayor atención el interés de las personas. Pero este tiene un costo económico y su producción no es de manera inmediata. Razón por la que se reflejó en la investigación el poco uso de algunas empresas acerca de este material.

Por otro lado, pocas compañías en Costa Rica cuentan con un sitio intranet (5%), por lo general son empresas muy grandes como Intel, para comunicar este tipo de proyectos. Así mismo, varias organizaciones utilizan otros medios (9%) para comunicar, como por ejemplo redes sociales tales como Facebook y Twitter. A pesar, de que muchas compañías tienen bloqueadas este tipo de páginas web en

horas laborales, es un medio gratuito que abarca públicos masivos y es efectiva en la globalización que vivimos en estos momentos. Del mismo modo, la utilización de pizarras informativas es considerado un medio comunicativo y posee una influencia positiva, al ser esta una herramienta visual que capta la curiosidad de los que transitan por el lugar donde está expuesta.

Como parte de la planificación de un proyecto, el cronograma es una herramienta elemental para llevar de manera detallada, ordenada, cronológica y controlada el desarrollo e implementación del mismo. Es por ello, que un 82% de las empresas cuentan con uno. Cuando se va a llevar a cabo un plan de este tipo, es elemental planificar, organizar, ejecutar y controlar lo planteado. Como parte de las etapas anteriormente expuestas, el cronograma juega un papel clave para controlar detalladamente lo que se está ejecutando. Sin embargo, se observó que un 18% de las empresas no cuentan con un cronograma, razón por la que se piensa, que a pesar de lo importante de contar con uno, aun así algunas empresas logran desarrollar los proyectos sin esta herramienta. Todo dependerá, de la organización y las necesidades de los proyectos que se están llevando a cabo.

La mayoría de empresarios, concuerdan en que los proyectos forman parte de los objetivos o estrategias de la empresa. Este aspecto, demuestra la importancia que se le da al tema y cómo este influye en la visión de la compañía. Ya que los colaboradores, se sienten más involucrados, al saber los rumbos hacia donde la empresa se está dirigiendo (83%). Sin duda alguna, todas las compañías deben establecer objetivos que cumplir, para el buen funcionamiento de la misma. De manera que las tareas que cada trabajador haga como parte de su puesto laboral, sepa hacia dónde se dirigen los esfuerzos y estos se vean reflejados en conjunto para el cumplimiento de las metas. Por consiguiente, el trabajo en equipo y los esfuerzos se dan de manera más integrada, colaborativa, solidaria, abierta y competitiva, cumplen con efectividad los objetivos y/o estrategias de la entidad. Por lo que es evidente que esto genera buenos resultados en la ejecución de proyectos de responsabilidad social para una compañía. Apenas un (17%), no lo visualiza de esta manera, por lo que es una muestra poco significativa, para un punto tan importante en un proyecto.

Acercas de la manera más utilizada de motivar a los involucrados en la ejecución de los proyectos, un porcentaje sobresaliente de 34% opinaron que por medio de capacitaciones. Como se pudo observar, muchas organizaciones están utilizando las capacitaciones ya que refuerza los conocimientos adquiridos, fomenta cambios de actitud y fortalece habilidades que se quieren lograr para un fin educativo o para la ejecución y entendimiento de un determinado plan. Por otro lado, se pudo demostrar que la flexibilidad o permisos en horas laborales (26%), motiva a las personas para participar en este tipo de prácticas. Hoy en día, en el mundo globalizado que vivimos, el factor tiempo es determinante para las actividades que realizamos diariamente. Es por ello, que si el trabajo facilita las horas laborales para formar parte de los

proyectos, estimula de manera significativa a las personas. Mientras que los reconocimientos, incentivos, concientización sobre el tema y el desarrollo de destrezas pocos empresarios lo consideran maneras importantes para motivar a los implicados del proyecto.

Un alto porcentaje de los expertos (38%), coincidieron que el presupuesto es un recurso material importante, para llevar a cabo un proyecto de responsabilidad social. Si la empresa cuenta con un presupuesto establecido para llevar a cabo este tipo de prácticas, entonces se dispone efectivamente de las cantidades, de manera que las decisiones para destinar los fondos se otorga de manera más controlada según las necesidades del contexto. Por consiguiente, un (31%) opinó que el presupuesto, transporte, equipo tecnológico e instalaciones, todo en conjunto son recursos materiales primordiales para llevar a cabo un proyecto. Dichos recursos, facilitan la implementación para el desarrollo de las actividades. Se reconoce que el factor económico no es fundamental para desarrollar este tipo de proyectos, ya que existen distintas formas de llevarlos a cabo, como por ejemplo la ayuda voluntaria. Sin embargo, los recursos materiales proporcionan facilidad al implementar materiales cuando el proyecto lo amerite, según las necesidades para desarrollar el mismo.

Cuando hablamos de un aspecto esencial, cabe recalcar que es lo básico o fundamental de un determinado tema o factor para que se pueda llevar a cabo. Para los autores Porto y Castromán, (2006) entre los requisitos más importantes para el cumplimiento de ser socialmente responsable son los siguientes: promover e impulsar internamente una cultura de RSE, identificar las necesidades del entorno y colaborar en su solución, hacer públicos los valores de la empresa y promover el desarrollo humano y profesional de todos los involucrados. Por consiguiente, con base en la percepción que tienen los encuestados del término esencial y según lo que establecen los autores respecto al tema, un (41%) de los encuestados tuvieron la misma opinión para el desarrollo de un proyecto de responsabilidad social. Todos estos factores quieren decir, que para el desarrollo de este tipo de proyectos, se debe empezar por promoverlo desde lo interno de la organización, para poder proyectarlo externamente. Si los propios colaboradores sienten y piensan sobre la necesidad de involucrarse en este tema, tienen bien inculcados valores como la ayuda al prójimo, creen en ellos mismos como personas y profesionales y conocer sobre las necesidades de la comunidad para resolver esas necesidades, en cuanto al cómo, cuándo y qué se va a realizar al respecto. Aunque un (28%), opinó que solamente el hecho de promover e impulsar una cultura de RSE, es esencial para llevarlo a cabo.

Por otra parte, Osay S. (2002) recomienda ciertas herramientas para desarrollar este tipo de proyectos. A raíz de lo investigado, se les preguntó a los encuestados sobre las tareas más importantes para llevar a cabo un proyecto de Responsabilidad Social y muchos coincidieron en las siguientes como conjunto: compromiso del equipo gerencial que participe, investigar sobre temas, programas y mejores

prácticas, elegir un líder o responsable del programa, crear un plan y un presupuesto para los proyectos. De modo que, el significado de importancia radica en el valor, influencia, magnitud o interés sobre un determinado aspecto, en este caso tarea o función respecto al tema. Para los encuestados, todas estas funciones se envuelven de manera significativa y son determinantes a la hora de poner en marcha un proyecto socialmente responsable.

En cuanto al gráfico #9, un gran porcentaje de los encuestados afirman que se le da seguimiento a los proyectos, mediante un registro de resultados de cada una de las actividades. Al darle continuidad a las actividades, se lleva un mejor control de los procesos, de manera que se pueden hacer cambios para mejorar actividades pasadas, darle una secuencia acertada a los hechos, identificar qué está fallando, qué hace falta, ejecución de tiempos, control del dinero, entre otros aspectos. Además, al darle seguimiento las personas van observando los cambios y el progreso, por consiguiente las partes se sienten más comprometidas en las actividades del proyecto.

Por último y para la gran mayoría, el éxito de un proyecto de responsabilidad social radica en que los objetivos establecidos, reflejen los resultados esperados. Este aspecto se considera importante, ya que una compañía debe establecer y desarrollar sus proyectos, de acuerdo con las metas que la organización propone a corto, mediano y largo plazo. Los objetivos, son parte fundamental para que una compañía se dirija de manera acertada y cumpliendo hacia un fin, un propósito o una meta establecida. Por consiguiente, los proyectos al formar parte de los objetivos, siempre van a ir de la mano con el desarrollo adecuado de las actividades hacia este tipo de prácticas socialmente responsables. Sin embargo, hoy en día, para muchas organizaciones la cuestión de que la imagen sea percibida de manera positiva ante la sociedad tiene mucho peso. Respecto a esto, muchas empresas desarrollan este tipo de proyectos de bien social, para ganarse la aceptación, prestigio y escogencia del público. Por otro lado, algunos encuestados le dan importancia de los stakeholders, llámense colaboradores, dueños, accionistas, proveedores, asociaciones, clientes, competidores, familiares, gobierno, inversores, medios de comunicación, sindicatos, comunidades, ONG's, etc. Dicho público conforma parte importante de la compañía, al influir en ciertas medidas en el funcionamiento de una compañía. Razón por la que se les debe informar respecto a los proyectos y tratar de manera adecuada, ya que conforman parte de la empresa y el éxito de los proyectos socialmente responsables dependerá en gran medida de todos este público.

Conclusiones y Recomendaciones

Actualmente, el tema de la responsabilidad social se ha ido implementando con mayor peso en las organizaciones, conformando esta área como parte de la compañía. La responsabilidad social, abarca muchos factores referentes al ambiente y al bien social. La importancia de poner en práctica esta cuestión conlleva a grandes beneficios tales como la sensibilización de las personas, el correcto funcionamiento de las empresas, la transmisión de una imagen positiva, tanto para la sociedad como para la compañía. Estas y otras razones, han hecho que en los últimos años, las personas y las empresas tengan más participación, colaboración e involucramiento de por este tema.

Existen muchas formas de llevar a cabo este tipo de proyectos. Sin embargo, identificar las acciones más acertadas, eficientes y motivantes para las partes involucradas, son factores determinantes en el éxito de un proyecto socialmente responsable. Respecto al medio de comunicación más utilizado para informar a los voluntarios, se recomienda utilizar distintas herramientas de comunicación tales como presentaciones internas, boletines informativos, redes sociales, pizarras informativas para llegarle a los públicos por distintas y maneras de comunicación. Sin embargo, la más recomendada por los expertos y la que la mayoría de las organizaciones utiliza, es el correo electrónico. Ya que no tiene costo alguno y facilita la comunicación en compañías con grandes cantidades de colaboradores.

La mayoría de las empresas u organizaciones encuestadas cuentan con un cronograma establecido para el seguimiento de los proyectos, se recomienda la utilización de esta herramienta, ya que se considera una pieza clave para la buena ejecución de un plan establecido. Cuando se lleva a cabo un proyecto, es importante de la planificación, organización, ejecución y control de las funciones, de manera que se detallen aspectos como tiempos, recursos materiales, económico y humanos.

El hecho de que los proyectos formen parte de los objetivos y estrategias de la empresa, da como resultado, que los colaboradores conozcan hacia dónde se dirige la compañía. Qué rumbo deben tomar sus acciones y esfuerzos. Por consiguiente, el involucramiento se da en mayor medida por parte de los funcionarios. Por estas razones, es recomendable que toda organización que esté implementado algún proyecto socialmente responsable, lo sujete como parte de los objetivos o estrategias de la compañía. Ya que el esfuerzo de trabajo en equipo, sabrán hacia donde se direccionan esas acciones y tendrá un mejor resultado a nivel de grupal y de cumplimiento con los resultados esperados con el proyecto.

Entre las maneras más utilizadas para motivar a los involucrados, se encuentran las capacitaciones y la flexibilidad o permisos en horas laborales. El hecho de que la compañía, le dedique tiempo en horas de trabajo a este tipo de proyectos, fomenta el interés por participar en los planes. Así mismo, trabajar

en estos proyectos en horario laboral, incentivo a las personas a formar parte del equipo de ayuda social y cambiar la rutina diaria de trabajo. De ahí la importancia de poner en práctica estas maneras, para motivar a los participantes.

Con respecto a los recursos materiales más utilizados para llevar a cabo los proyectos, es indispensable que exista un presupuesto establecido por la organización. De esta manera, los participantes sabrán qué pueden comprar, utilizar y disponer para llevar a cabo el proyecto. Se recomienda, que dentro del presupuesto se incluyan recursos tales como transporte, equipo tecnológico e instalaciones. La utilización de los mismos, dependerá de las necesidades y deseos que se quiera cumplir en la comunidad.

Existen numerosas acciones para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social. Sin embargo, entre las acciones más destacadas, se reconocen las siguientes: promover e impulsar una cultura de RSE, identificar las necesidades sociales del entorno y colaborar en su solución, hacer públicos los valores de la empresa y promover el desarrollo humano y profesional de todos los involucrados. Para empezar, estas funciones, deben fomentarse a lo interno de la compañía. Una vez que éstas, estén bien motivados por y realizadas entre los funcionarios, se deben efectuar y proyectar a nivel externo. Por consiguiente, entre las tareas más importantes se encuentran las siguientes: que exista un compromiso del equipo gerencial que participe, investigar sobre temas, programas y mejores prácticas, elegir un líder o responsable del programa, crear un plan y un presupuesto para los proyectos. Dichas funciones, son determinantes en la implementación de un proyecto, para que este se desarrolle de manera adecuada y eficiente.

Se recomienda, cumplir todas estas acciones y tareas a la hora de planear y ejecutar un proyecto socialmente responsable. Estas medidas, ayudarán a que los planes se hagan de la mejor manera posible en el transcurso de la realización. La experiencia, hace la excelencia. Razón por la que muchas de las organizaciones encuestadas, actualmente ponen en marcha estas acciones en sus proyectos y se han desarrollado efectivamente logrando los resultados esperados.

El debido seguimiento de los proyectos en cada una de las actividades mediante un registro, es una forma de controlar las funciones correctamente y así evidenciar que se está haciendo bien y que ocupa mejorar. Del mismo modo, se observan los avances y/o dificultades que ha tenido el plan establecido en un inicio y en qué etapa se encuentra el mismo. Respecto a esto, es recomendado que se le dé seguimiento a todos los proyectos en cada una de las actividades que este requiere para ser desarrollado de la mejor manera posible.

Sobre los objetivos establecidos por la organización, es importante que se vean reflejados los resultados esperados, se determina como un proyecto de bien social puede catalogarse como exitoso. Sin duda alguna, toda compañía debe saber hacia dónde se dirigen sus esfuerzos y cuáles son las metas que deben cumplir. Razón por la que se recomienda que este tipo de proyectos de bien social, deben ir de la mano con la dirección de la compañía. De manera que se trabaje en equipo, para cumplir con las necesidades del contexto al que esta se encuentra inmersa.

Para futuras investigaciones, se recomienda hacer un estudio a nivel nacional de todas aquellas organizaciones que hacen Responsabilidad Social y no publican sus proyectos sea por cualquier medio de comunicación. De manera que se logre un muestreo representativo, para alcanzar resultados más generales sobre las empresas en Costa Rica con este tipo de proyectos.

Todo lo anterior, son acciones, herramientas y actitudes que se pueden llevar a cabo para proyectos socialmente responsables. Este tipo de medidas, son importantes para la correcta y eficiente utilización a la hora de implementar algún proyecto. Sin embargo, cabe recalcar, que cada organización es un mundo diferente, y que cada organización atiende y está inmersa a deseos y necesidades diferentes de su contexto. Sin duda alguna, el tema de responsabilidad social nos compete a todos, y debemos reflexionar nuestras acciones para lograr un mundo mejor, por nuestro bienestar y nuestro entorno en general.

Referencias Bibliográficas

Briceño, S., Mejías, I., & Moreno, F. (2010). La Comunicación Corporativa y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). (Spanish). *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 5(1), 37-46. Retrieved from EBSCOhost.

Bull, B. (2004). Responsabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina? *Revista Venezolana de Gerencia* ISSN 1315-9984

Castro, M. (2006). 10 errores frecuentes en los proyectos de RSE. Recuperado el 31 de mayo, 2011, de <http://la-plaza-rse.blogspot.com> (10 errores frecuentes en los proyectos de RSE, 2006)

FES (2001): La empresa que viene. Responsabilidad y acción social en la empresa del futuro. Fundación Empresa y Sociedad, Madrid. [www.empresaysociedad.org] Recuperado el 28 de mayo de 2011 de <http://www.creamas.com/udocumentos/responsabilidad%20social.pdf>

Feinberg, R., Kowszyk, Y. y Benzaken, T. (2009). La Empresa como promotora del desarrollo económico y social: casos exitosos en América Latina. (Pág. 1).

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. Retrieved from EBSCOhost.

González, M. (2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N° 2813

Hohnen, P. (2007) Corporate Social Responsibility An Implementation Guide for Business.

International Institute for Sustainable Development / IISD. Jason Potts Editor

Leguizamón, F., y Ickis, J. (2005). Ingenio Pantaleón. En Social Enterprise Knowledge Networks SKS-059. Boston.

León Untiveros, M. A. (2010). La responsabilidad social corporativa en el Perú. Realidad versus discurso. (Spanish). *Derecho PUCP*, (64), 263-280. Retrieved from EBSCOhost.

López, L. (2002). "La Empresa, El Medio Ambiente y La Responsabilidad Social Empresarial"; Revista Galega de Economía, vol. 11, núm. 2 (2002), pp. 1-5 ISSN 1132-279.

OISS, (2001). "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" Bruselas, 18.7.2001, COM (2001) 366 final.

Osay S. (2002). MANUAL DE PRIMEROS PASOS EN RSE. Fundación Cordón del Plata (FCP). Ecuador. <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf>

Prado, E.G., Flores, Pratt y Ogliastrì (2004). *Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica*. Instituto Ethos, Brasil. INCAE. pág 9.

Porto, N. y Castromán J. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España, *Contaduría y Administración*, Núm. 220, CEMEFI.

PRICEWATERHOUSE COOPERS (2003): "Responsabilidad Social Corporativa: Tendencias empresariales en España" PricewaterhouseCoopers, Barcelona. Universidad de Santiago de Compostela (USC); Recuperado el 28 de mayo de 2011 de http://www.usc.es/cpca/WebReacciona/ficheros/respuestaempresas/SGRSC/resgrsc_docu7.pdf 28/05/2011.

Anexos

Anexo #1. Cuestionario

El siguiente cuestionario, es sobre una investigación universitaria, para percibir las acciones más efectivas en el desarrollo de un proyecto de responsabilidad social empresarial. En el cual se busca establecer un análisis de las distintas opiniones de los involucrados en el tema.

- 1- ¿Ha colaborado usted en algún proyecto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?
Si () No ()

- 2- ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado para informar a los voluntarios sobre los proyectos de responsabilidad social dentro de la compañía?

() Presentaciones internas
() Boletines informativos
() Sitios en intranet
() Correos electrónicos
() Otros

- 3- ¿Cuentan con un cronograma establecido para el seguimiento de los proyectos?
Si () No ()

- 4- ¿Los proyectos de RSE, forman parte de los objetivos o estrategias de la empresa?
Si () No ()

- 5- ¿Cuál es la manera más utilizada para motivar a los involucrados en la ejecución de proyectos de RSE?
() Reconocimientos
() Incentivos
() Capacitaciones
() Flexibilidad o permisos en horas laborales.
() Ninguna de las anteriores.

- 6- De los siguientes recursos materiales, ¿Cuál o cuáles cuentan para llevar a cabo los proyectos de RSE?

() Presupuesto
() Transporte
() Equipo tecnológico
() Instalaciones
() Todas las anteriores

- 7- ¿Cuál de las siguientes acciones considera esencial para el desarrollo un proyecto de RSE?

() Promover e impulsar internamente una cultura de RSE.
() Identificar las necesidades sociales del entorno y colaborar en su solución.
() Hacer públicos los valores de su empresa.
() Promover el desarrollo humano y profesional de todos los involucrados.
() Todas las anteriores.

- 8- ¿Cuál de las siguientes tareas considera importante para llevar a cabo un proyecto de RSE?

- Compromiso del equipo gerencial que participe en RSE.
- Investigar sobre temas, programas y mejores prácticas de RSE.
- Elegir un líder ó responsable del programa de RSE.
- Crear un Plan y un Presupuesto para los proyectos de RSE.
- Todas las anteriores.

9- ¿Se le da seguimiento a los proyectos, mediante un registro de resultados de cada una de las actividades?

Si () No ()

10- ¿Cuál de las siguientes razones, catalogaría usted como “exitoso” un proyecto de RSE?

- Que en los objetivos establecidos, se reflejen los resultados esperados.
- Que la imagen de la empresa se perciba de manera positiva ante la sociedad.
- Satisfacer las necesidades del contexto.
- Otras.

Anexo #2. Cuadro Contactos Responsabilidad Social

Responsabilidad Social			
Organización	Contacto	Teléfono	Correo
Adime	Maritza Chaves, Irma	2662-0689	adimesa@gmail.com
ADT	Ricardo Flores	8800-0339	riflores@tycoint.com
AED	Mauricio Artiñano, María Fernanda Pérez	2231-2081 ext 112	mauarti@gmail.com, mariafdaperez@aedcr.com
AFS	María Elena Rodríguez	2234-0909 ext 104	mariaelena.rodriguez@afs.org
Agencia Datsun	Andrea Vargas		avargas@agenciadatsun.com
Almacenes Siman	Pedro Valle		
Amanco	Luis Alonso Ramírez	2209-3400, 2551-0866	luisalonso.ramirez@mexichem.com
Amnet	Jennifer Cubillo		
Andrea Martín	Andrea Martín	8822-3542	gogo_m8@hotmail.com
APRODISA	Xiomara Bustamante	2446-8088	aprodiasa@gmail.com
Asociación de desarrollo sostenible	Edgar Badilla	2695-8898	
Asociación procesadora de basura	Enrique Obando	2709-8095	
ASOFAMISAE	Marlene Chacón	2288-3730	marcosta_ra@hotmail.com; reciclafamisa@yahoo.com
ASOPROQUEPOS	Andrea Cubero	2777-1107	acubero26@gmail.com
Aura Interactiva	Silvia Rojas	2291-7830 / 2505-5666	srojas@aurainteractiva.com
BAC Credomatic	Mónica Marín	2295-9797 / -9696 / -9898	mmarino@baccredomatic.com
Banco Nacional	Juan Paolo Bertoglia López	2212-9951	pbertoglia@bncr.fi.cr
British American Tobacco	Gerardo Lizano	2209-1715	gerardo_lizano@bat.com
Centenario Internacional S.A.	Gabriela Araya, Verónica Brenes, Gustavo Monge, Cianny Sanchez	2216-4200	veronica.brenes@centenario.co.cr; cianny.sanchez@centenario.co.cr; gabriela.araya@centenario.co.cr; gustavo.monge@centenario.co.cr
Centro de transferencia y transformación de materiales	Juan Carlos Salas	2573-7851	jcsalas@itc.ac.cr
Clubes Colón S.A.	Patricia Camacho	2547-2425	
CO2.CR	Marisol Calvo	8336-8836	marisolcalvorivera@gmail.com, info@co2.cr
Coca Cola Company	Tatiana Pombo		tpombo@la.ko.com
COFERENE			coferene@gmail.com
Comurec	María González	8335-5448	maritini2167@yahoo.es
Coopemoprel	Hilda Smith	2798-5407	oseacruz@gmail.com
Costa Rica Country Club		2208-5000 / 2208-5050	
Days Hotel		2547-2323	
Distribuidora Colón		2547-2727	
Dole	Belem Camacho		belem.camacho@dole.com
Dos Pinos	Ana Laura Vázquez, Miguel Rodríguez	2437-3000	avazquez@dospinos.com, migrodriguez@dospinos.com
El Angel	Christian Gomez	2507-4527	cgomez@sea.co.cr
Florida Bebidas	Gisela Sánchez, Nancy Retana, Alejandro Arce	2437-6700, 2437-6593	nancy.retana@florida.co.cr, alejandro.arce@florida.co.cr
Fundación Tibas Limpio	Gerardo Villalobos	8362-8208	gdovillalobos@yahoo.co.cr
Grupo Purdy Motor	Ana María Sequeira Sibaja	2287-4178	amsequeiras@purdymo.com
HAYCOM	María Pía Robles		pia.robles@haycom.co.cr
Hulera Costarricense	Alberto Borbón, María Lourdes Borbón	2228-9090	
ICAR	Alberto Moreno		alberto@icarcr.com
Inforest	Ing. Rafael Acosta L.	2232 0888	rafaelacosta@inforest.co.cr
Inmobiliaria Habitacional del Oeste S.A.		2257-7303	
Instituto Excelencia Empresarial Cámara de Industria y Comercio	Guido Alberto Monge	2202-5625	gmonge@cicr.com, lidiaz@cicr.com, sarias@cicr.com
Intcomex	Aida Hernandez	2296-6534	ahernandez@intcomex.com
Intel	Patricia Chicco, Sebastian Duran		sebastian.a.duran.castillo@intel.com, patricia.chico.escarre@intel.com
Johnson & Johnson	Johnny Vargas		JVARGAS9@its.jnj.com
Kimberly Clark	Carolina Lizano	2298-3143	carolina.lizano@kcc.com
Laica	Eduardo Salmeron	2284-6095	esalmeron@laica.co.cr
Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)	Lucía Castro Rodríguez	2291-2089 ext 104	lcastro@meic.go.cr
Orb Solutions	Juan Carlos Valverde, Max Viales		jcvolverde@orbsolutionsint.com, mviales@orbsolutionsint.com
Panamerican School		2293-7393	
Partido El PASE	Carolina Mora	8991-9989	camoque@hotmail.com
Plycem	Jendry Granados Montoya	2575 4300 Ext: 6230	jgranadosm@elementia.com
Porter Novelli	Aixa Saborio, Arturo Barrantes	2205-4105	acastro@cacporterovelli.com
Praxair	Fabiola Soto, Gabriela Agüero	8818-2549	fabiola_soto@praxair.com y gabriela_aguero@praxair.com
Procomer		2299-4740	
Producol	Jaime López	2289-8453	info@maderaplasticaproducol.com
Punto Rojo S.A.	Mónica Castro	2437-0600, ext. 266	m.castro@puntorojo.com
Recicladora de papel Rafael Meneses	Rafael Meneses	2219-5116	felomb@hotmail.com
Reciclados Plastek	Eduardo Bonilla	2293-8072	recicladosplastek@yahoo.es
Reciclando Esperanzas	Saray Castro	2783-5089	scaastro1909@hotmail.com
Recyclub	Priscilla Mena	2257-7391	priscilla.mena@recyclub.com
Replacori	Victor Segura	2573-3158	replacori@ice.co.cr
Repretel	Marcela Angulo Grillo	2299-7502	mangulo@repretel.com
Ríos Tropicales	Rafael Gallo y Angie González		rgallo@riostropicales.com, agonzalez@riostropicales.com
San José Indoor Club	Andrea Bonilla	2225-9340	eventos1@indoorclub.com
Scotiabank	Catherine Palacios	2521-5683	catherine.palacios@scotiabank.com
Tío Pelón	Luis Delgado Lobo	2690-3000 Ext. 3712	ldelgado@grupopelon.com
TOC Logistic	Noely Vega Montero, Gustavo Lora	2240-9090	nvega@toccr.com, gloria@toccr.com
Tropical			marin@tropicalparadisefruits.com
Ulacit	Andrés López	2523-4000	alopez@ulacit.ac.cr
Unilever	Ana María Oviedo, Catalina Turcios	8853-9281	catalina.turcios@unilever.com
VICESA	Alexander Mata	2550-3200	xmata@grupovical.com
	Lucía Campos		lcampos@corbel.co.cr

Anexo #3. Infograma Responsabilidad Social

¿Cuáles son las acciones más efectivas para desarrollar un proyecto exitoso de Responsabilidad Social?

Objetivo General

Definir las acciones más efectivas para desarrollar un proyecto exitoso de Responsabilidad Social Empresarial.

1. Identificar las estrategias para el desarrollo de proyectos de responsabilidad social.
2. Determinar el impacto de los proyectos de responsabilidad social, dentro de las organizaciones.
3. Señalar las herramientas básicas que han estado presentes en los proyectos de Responsabilidad Social y que han tenido impacto en el contexto.

Objetivos Específicos

Introducción

En la globalización en que se vive actualmente, es necesario de la sensibilización de las personas y de las organizaciones, para que se generen cambios en los esquemas de gestión empresarial. El siguiente artículo, establece acciones efectivas para llevar a cabo el desarrollo de prácticas socialmente responsables de manera exitosa.

Método de Investigación

La investigación es de carácter cuantitativo, ya que se encuestó a 50 personas encargadas de desarrollar proyectos de responsabilidad social de distintas organizaciones del Gran Área Metropolitana (GAM). Para la construcción del instrumento, se utilizaron aportes de los autores: Osay S., Porto, N. y Castromán J. Población: clientes de la Asociación Nacional para el Desarrollo (AED), empresas reconocidas por su ranking por proyectos publicados en la web y a organizaciones que refirieron a otras empresas también involucradas en el tema.

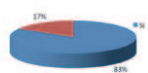
Resultados

A continuación se presentaran los resultados del instrumento aplicado a la muestra de la investigación.

Ilustración 1:

Los proyectos forman parte de los objetivos o estrategias de la empresa.

Los proyectos forman parte de los objetivos o estrategias de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 2:

Razón para catalogar como exitoso un proyecto de Responsabilidad Social.

¿Cuál de las siguientes razones, catalogaría usted como "exitoso" un proyecto de RSE?

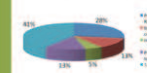


Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 3:

Acción esencial para el desarrollo de un proyecto de Responsabilidad Social.

Acción esencial para el desarrollo de un proyecto de Responsabilidad Social.

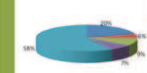


Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 4:

Tarea más importante para llevar a cabo un proyecto de Responsabilidad Social.

Tarea más importante para llevar a cabo un proyecto de Responsabilidad Social.

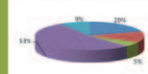


Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 5:

Medio de comunicación más utilizado para informar sobre un proyecto de Responsabilidad Social.

¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado para informar a los voluntarios sobre los proyectos de responsabilidad social dentro de la compañía?

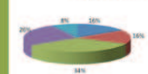


Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 6:

Manera más utilizada para motivar a los involucrados en un proyecto de Responsabilidad Social.

¿Cuál es la manera más utilizada para motivar a los involucrados en la ejecución de un proyecto de Responsabilidad Social?

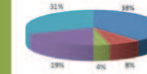


Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 7:

Recurso material para llevar a cabo los proyectos de Responsabilidad Social.

¿Con cuál recurso material cuentan para llevar a cabo los proyectos de Responsabilidad Social?

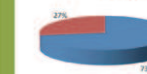


Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 8:

Seguimiento a los proyectos, mediante un registro de cada una de las actividades.

¿Se le da seguimiento a los proyectos, mediante un registro de resultados de cada una de las actividades?



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y Recomendaciones

- Los proyectos deben formar parte de los objetivos o estrategias de la empresa.
- Que en los objetivos establecidos por la organización, se reflejen los resultados esperados.
- Tareas importantes para llevar a cabo un proyecto de RS: compromiso del equipo gerencial, investigar sobre temas, programas y mejores prácticas, elegir un líder o responsable del programa, crear un plan y un presupuesto.
- Acciones esenciales para el desarrollo de un proyecto de RS: promover e impulsar internamente una cultura de Responsabilidad Social, identificar las necesidades sociales del entorno y colaborar en su solución, hacer públicos los valores de la empresa y promover el desarrollo humano y profesional de todos los involucrados.

- Medio de comunicación más utilizado y efectivo: correo electrónico.
- Maneras de motivar a los participantes: capacitaciones y/o flexibilidad o permisos en horas laborales.
- Se debe contar con un cronograma para el seguimiento y control de cada una de las actividades.
- Contar con un presupuesto establecido.
- Para futuras investigaciones, se recomienda hacer un estudio a nivel nacional de todas aquellas organizaciones que hacen Responsabilidad Social y no publican sus proyectos, logrando un muestreo representativo, para alcanzar resultados más generales de las empresas en Costa Rica con este tipo de proyectos.

Referencias Bibliográficas

- Osay S. (2002). Manual de primeros pasos en RSE. Fundación Cordón del Plata (FCP). Ecuador. Recuperado de: <http://www.cp.org.ar/pdfs/manualprimerospasos.pdf>
- Porto, N. y Castromán J. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España, Contaduría y Administración, Num. 220, CEMEFI.