

Pertinencia de los proyectos de responsabilidad social según la percepción de los colaboradores de las medianas empresas ubicadas en San José

Hazel María Quirós Castro, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

Resumen

Una amplia gama de empresas realizan Responsabilidad Social, la cual se conceptualiza como todas aquellas acciones que se llevan a cabo en una organización, que se gestionen sin fines de lucro, en mejora del ambiente interno y externo procurando así un balance entre lo que utiliza y lo que retribuye al medio. En cuanto a la percepción ésta va ligada a si los colaboradores consideran que las actividades que se están implementando solventan efectivamente las verdaderas necesidades de la comunidad.

Ante este panorama surge la siguiente pregunta de investigación ¿En qué medida son pertinentes los proyectos de responsabilidad social según la percepción de los colaboradores de las medianas empresas ubicadas en San José?, para dar respuesta a la pregunta anterior se plantean el siguientes objetivo general, Identificar la pertinencia de los proyectos de responsabilidad social empresarial según la percepción de los colaboradores de las medianas empresas.

Como específicos: clasificar los tipos de proyectos de responsabilidad social que realizan las medianas empresas según el orden de prioridad que le asignan los colaboradores a las necesidades que cubren, asimismo identificar la percepción que tienen los colaboradores de las medianas empresas sobre los logros alcanzados con los proyectos de responsabilidad social y por último analizar la relación entre los tipos de proyectos de responsabilidad social realizados y los logros alcanzados por los colaboradores de dichos proyectos.

Para determinar el nivel de pertinencia, se realizó un estudio descriptivo con un enfoque de tipo cuantitativo. El instrumento de recolección de datos es la encuesta, para la realización de la misma se desglosaron las variables según la teoría consultada y la opinión de expertos, con lo cual se incluyó una pregunta por variable. La población de este estudio son los colaboradores y patronos que estén inmersos en los diferentes procesos de responsabilidad que realicen las medianas empresas. Para la selección de la muestra se llevó a cabo un muestreo al azar para un total de 50 encuestados, los cuales fueron contactados vía SurveyMonkey.

Entre los principales datos se puede afirmar que 83% de las actividades se perciben como totalmente importantes, el 70% de los proyectos están destinados a desarrollar actividades a favor del ambiente y donaciones de tiempo y trabajo voluntario, Casi la mitad de la muestra coincide en el interés de llevar a cabo proyectos a favor del ambiente.

Ante lo que se puede concluir que los proyectos se perciben con nivel de pertinencia medio, puesto que las actividades no son iguales al orden asignado a los proyectos pero se evidencian logros importantes en la comunidad. El orden de prioridad de los proyectos es: actividades a favor del ambiente, donaciones de tiempo y trabajo voluntarios, las actividades para promover la salud, donaciones de bienes materiales, campañas de comunicación y capacitaciones. Los principales logros son los ambientales, ya que los proyectos emprendidos principalmente se enfocan en esa área. La única relación directa entre proyectos y logros es en el tema ambiental, ya que tanto en tipo de proyecto realizado y el logro alcanzado ocupan el primer lugar en ambas categorías.

Y como recomendaciones se debe involucrar a los colaboradores en el desarrollo de todo el proceso para que exista coherencia entre la percepción, proyectos y logros, además diversificar las actividades para que exista un balance entre los proyectos que se llevan a cabo, también segmentar las necesidades según las necesidades de la comunidad y es importante incluir a los líderes comunales para así evaluar la percepción desde el sentido organizacional y comunal.

Abstract

A wide range of companies make social responsibility, which is conceptualized as all actions that take place in an organization are managed nonprofit in improving internal and external environment and ensuring a balance between what you use and what is rewarded in the middle. As for the perception it is linked to whether employees believe that activities are being implemented effectively address the real needs of the community.

Against this background arises the following research question To what extent are relevant social responsibility projects as perceived by the employees of midsize companies located in San Jose?, To respond to the above question is posed by the following general objective , Identify the relevance of corporate social responsibility projects as perceived by the employees of midsize companies.

And specific: to classify the types of social responsibility projects carried out by medium-sized enterprises in order of priority given to employees to cover needs that also identify employees' perceptions of the medium on the achievements of the social responsibility projects and finally analyze the relationship between types of social responsibility projects and achievements made by the partners of such projects.

To determine the level of relevance, we conducted a descriptive study with a quantitative approach. The data collection instrument is the survey, for the realization of the same variables was broken down according to the theory and consulted expert opinion, which included a question variable. The populations of this study are employees and employers who are involved in different processes of accountability that make midsize businesses. For the sample selection was carried out random sampling for a total of 50 respondents, who were contacted via SurveyMonkey.

Among the key data we can say that 83% of activities are perceived as totally important, 70% of the projects are designed to develop pro-environment activities and donations and volunteer time, almost half of the sample agrees the interest of carrying out projects for the environment.

Before it can be concluded that the projects are perceived level of relevance means, since the activities are not equal to the order assigned to the projects, but significant achievements are evident in the community. The prioritization of projects is pro-environment activities, donations of time and volunteer work, activities to promote health, donations of material goods, communication campaigns and training. The main achievements are environmental, as the projects undertaken mainly focus on that area. The only direct link between projects and achievements is on environmental issues, since both types of project undertaken and the success achieved rank first in both categories.

And as recommendations must involve partners in the development of the whole process so that there is consistency between perception, projects and achievements, as well as to diversify in order that a balance between projects that are carried out, also target the needs according to the needs of the community and is important to involve community leaders in order to evaluate the perception from the community and organizational sense.

Palabras claves: Responsabilidad Social, percepción, logros y pertinencia.

Introducción

Los tiempos actuales demandan un compromiso activo de la empresa con el entorno para contrarrestar la utilización de los recursos que éste le brinda para cumplir con sus objetivos, esta tarea en la gestión gerencial es llamada Responsabilidad Social (RS). El eje central, del proceso descrito anteriormente, es buscar un equilibrio entre los recursos que se utilizan con lo que se devuelven directa o indirectamente al medio.

El objetivo principal de este estudio es valorar en qué medida son pertinentes los proyectos de responsabilidad social de las medianas empresas ubicadas en San José, según la percepción del patrono y el colaborador. Puesto que se debe procurar que exista una línea de crecimiento equitativo entre la organización y la comunidad

Dichos proyectos también son una forma de acercar la empresa a su público externo para así establecer relaciones que perduren en el tiempo y que directamente contribuyan a la consolidación de la sinergia necesaria para que se cumplan eficazmente los objetivos organizacionales de crecimiento.

García, A., Verástegui, J., y Fernández, F. (2011, p.80) reafirman la importancia de que haya coherencia entre los proyectos que se llevan a cabo y el entorno (...) “es importante distinguir las áreas en las cuales es factible generar un mayor valor agregado a las empresas y a la sociedad en general”.

Es importante que exista una relación estrecha entre la empresa y la comunidad, porque de este modo se suplen necesidades en ambas vías, a nivel organizacional porque ésta debe adquirir un compromiso social haciendo conciencia en la importancia de destinar parte sus recursos a satisfacer las necesidades o carencias que tenga su comunidad más próxima y si la comunidad no se desarrolla, no tendrá los recursos y el poder adquisitivo para acceder a los productos o servicios de la empresa, tampoco podrá proveer, a largo plazo, el recurso humano que se requiere para que la empresa siga funcionando.

Sobre el desarrollo económico, Argandoña, A. (2009, p.54) ha visualizado como cada vez más este tipo de empresas aumentan su participación en el mercado y señal que “las empresas pequeñas y medianas ya están llevando a cabo numerosas acciones de responsabilidad social, con resultados satisfactorios en todo el mundo.”

A nivel nacional el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) fomenta proyectos enfocados al emprendimiento como capacitaciones para fortalecer los sistemas de gestión de calidad de las PYMES (pequeñas y medianas empresas), además realiza investigaciones para corroborar el crédito que se les brinda como oportunidad de crecimiento a estas empresas, ya que la falta de crédito la han catalogado como un limitante para su crecimiento sostenible.

En cuanto al tema crediticio se visualizó un incremento en el interés de contribuir con estas empresas, puesto que “el sector al cual las entidades financieras se enfocaron más, fue el sector de la microempresa. Este representa el 58,6% del crédito colocado, de un total de poco más de 281 mil millones de colones en el 2010 para todo el sector Mipyme”. La Prensa Libre, (2011).

Lo anterior deja entrever el interés colectivo de seguir apoyando en crecimiento sustancial de estas empresas, que poco a poco han aumentado su participación. Con el desarrollo de este tipo de sector del mercado económico, también aumentan las oportunidades de realizar proyectos que contribuyan con el bienestar social, tan necesario para seguir creciendo como país integral.

Es indiscutible que debe existir una relación bilateral entre la empresa y su entorno, una vez más Argandoña, A. (2009) profundiza en la idea, valorando la relevancia de conocer a los grupos de interés, saber qué necesitan, qué esperan de la empresa, qué

piden, qué tienen derecho a recibir y qué deben aportar a la empresa, para así poder determinar si los proyectos son pertinentes según las necesidades o no.

Es por esta razón que este estudio pretende contestar la siguiente pregunta de investigación:

¿En qué medida son pertinentes los proyectos de responsabilidad social empresarial según la percepción de los colaboradores de las medianas empresas ubicadas en San José?

Para contestar la pregunta anterior se establecen los siguientes objetivos:

General:

Valorar la pertinencia de los proyectos de responsabilidad social empresarial según la percepción de los colaboradores de las medianas empresas ubicadas en San José.

Específicos:

Clasificar los tipos de proyectos de responsabilidad social que realizan las medianas empresas según el orden de prioridad que le asignan los colaboradores según las necesidades que cobren.

Identificar la percepción que tienen los colaboradores de las medianas empresas sobre los logros alcanzados con los proyectos de responsabilidad social.

Analizar la relación entre los tipos de proyectos de responsabilidad social realizados y los logros alcanzados por los colaboradores de dichos proyectos.

Se habla de percepción porque, son los ejecutores y colaboradores de dichos proyectos quienes pueden aportar información de primera mano que ayuden a determinar lo que se hace y su pertinencia con respecto a las necesidades comunitarias. La opinión de estas personas es relevante para evaluar y mejorar los procesos en el futuro y generar mejores resultados, ya que la identificación de los colaboradores con los proyectos de responsabilidad social puede mejorar los niveles de eficiencia en las acciones emprendidas.

En su estudio, Hernández, G., Giraldo, C., y Valencia J. (2011), ven en la Responsabilidad Social (RS) una competitividad organizacional cuando el talento humano aporta valor a la organización mediante la participación; al cumplir y ser parte del proceso, puesto que en dicho proceso permite posicionar a la empresa en el mercado y por ende expandir sus ganancias, siempre y cuando se lleve a cabo sin fraude y sin ni engaño, siendo esta perspectiva otro punto que demuestra la relevancia que tiene el comprometerse socialmente.

Existen varios estudios en los que se contemplan la percepción pero desde parámetros lejanos a la relevancia que tiene el en proceso de responsabilidad social empresarial, puesto que se aborda el concepto desde una perspectiva psicológica, con el fin de definir primordialmente el concepto.

Este estudio pretende mostrar la relación que existe la precepción que los colaboradores tienen sobre los proyectos de RS que se realizan en la empresas donde laboran desde una perspectiva nacional, lo que abre las puertas a desarrollar la sinergia necesaria para que este proceso cumpla con sus objetivos de beneficiar al entorno y procurar así una relación recíproca.

El concepto de responsabilidad social se ha mal entendido con el paso del tiempo, muchos autores coinciden en que este ha sufrido modificaciones sustanciales y que incluso, en ocasiones, existe una diferenciación abrumadora entre su significado y la práctica.

Al ser el eje central de esta investigación la responsabilidad social es importante definir su concepto para aclarar el panorama del estudio, al ver sido sometido a un sin número de apreciaciones su definición cuenta con una variedad de perspectivas. En este estudio se evaluará el concepto únicamente desde su aplicación.

La actitud proactiva hacia las responsabilidades sociales genera beneficios tangibles en las empresas que muestran un compromiso real con sus responsabilidades sociales y ambientales; de esta manera se puede encontrar un área común en los objetivos económicos y sociales en beneficio de todos los partícipes de la empresa. García, A., Verástegui, J., y Fernández, F.

Un aspecto fundamental para la RS es el desarrollo sustentable de la sociedad, el cual Vélez, A. (2011) considera primordial para que la empresa encuentren un balance que le permita respetar las diferencias culturales, sociales, ambientales, legales y las condiciones de desarrollo económico. Así se procura que florezca una gestión con compromiso que sea sostenible para la organización.

Ante la propuesta de estos dos autores, se definirá el concepto aplicado en esta investigación, definiendo la Responsabilidad Social como todas aquellas acciones que se llevan a cabo en una organización, que se gestionen sin fines de lucro, en mejora del ambiente tanto interno como externo procurando así un balance entre lo que utiliza y lo retribuye al medio.

Existen gran variedad de definiciones de RS, sin embargo comparten un elemento en común, García, A. (2011) lo expone como el interés por mejorar el bienestar de los grupos de interés que se deben involucrar en las actividades sociales y ambientales porque a través de éstos se tiene un mayor impacto al favorecer a la comunidad donde se opera.

Al ser la responsabilidad social un proceso que beneficia al colectivo, las medianas empresas también se unen a la amplia gama de organizaciones que asumen el compromiso social. Argandoña, A. (2009, pp.54-56) brinda una lista de las actividades sociales que éste tipo de empresas ponen en práctica:

- Su enfoque de la responsabilidad social suele estar muy condicionado a la disponibilidad de recursos, principalmente financieros, humanos y de tiempo, lo que suele significar que limitan sus actuaciones a las que tienen rendimiento a corto plazo.
- Predominan las acciones de responsabilidad social interna (empleados, clientes) sobre la externa (comunidad, medio ambiente), que suelen ser menos visibles y, a menudo, fragmentadas.
- Para no pocas pymes, el cumplimiento de la ley es una exigencia a veces difícil de cumplir, por lo que suele incluirse como una parte importante de sus responsabilidades.
- Predominan las acciones de responsabilidad social interna (empleados, clientes) sobre la externa (comunidad, medio ambiente), que suelen ser menos visibles y, a menudo, fragmentadas.
- Suelen centrarse en los temas más sensibles para los stakeholders internos y externos más próximos: seguridad, bienestar y buen trato de sus empleados, cumplimiento de los contratos con los clientes, acciones de “buen ciudadano” en la localidad en que está situada la planta, etc.

Tomando como base las conclusiones de Argandoña, A. (2009) y la opinión de los expertos consultados (dos sociólogos y un trabajador social), se puede afirmar que los proyectos de RSE en las medianas empresas se dividen en:

- Donaciones de bienes materiales
- Donaciones de tiempo y trabajo voluntario
- Actividades a favor del ambiente
- Actividades para promover la salud y desarrollo humano
- Campañas de comunicación para clientes y proveedores

“Muchas veces la insatisfacción laboral tiene efectos nocivos sobre la productividad del individuo”. Martín, P. (2008, p.27). Para evitar esos efectos nocivos es necesario que las personas se identifiquen con los proyectos de responsabilidad social en los que participan y, así, garantizar el éxito de estos desde su percepción.

Para este estudio es fundamental conocer el concepto de percepción, el cual desde el enfoque psicológico, “es entendido como un permanente acto de conceptualización”. Oviedo, G. (2006, p.92). A lo cual se puede afirmar que está presente en toda acción que emprenda el individuo.

La percepción en términos de esta investigación se conceptualiza como el proceso en el cual, directa e indirectamente, el individuo crea sus propias conclusiones sobre la realidad, incorporando dentro de sí la información que recibe del entorno, la interpreta y luego la define con sus propias palabras.

Este estudio se pretende conocer si los colaboradores de los proyectos de responsabilidad social los perciben como pertinentes, es decir, si creen que estos satisfacen las necesidades básicas de las comunidades que están siendo beneficiadas con los mismos.

Según la teoría de Maslow y la entrevista realizada a los expertos, un trabajador social y un sociólogo (ver anexo 1) las principales necesidades de las comunidades giran entorno a temas ambientales, sociales, de salud y lo oportuno de mantener una buena relación con sus clientes y proveedores, principalmente.

Existen muchos vacíos en la definición del papel que juega la percepción en relación con la responsabilidad social empresarial. En los estudios realizados no se contempla una relación entre estas dos variables, aun cuando la percepción es un concepto implícito, pues siempre se crea un concepto de lo que se gestiona, ya que la relación con el entorno es inherente.

Siendo así, Zuluaga, M. (2011, p.14) visualiza la importancia de tener una relación con el entorno, “teniendo en cuenta a los distintos grupos de interés para cada actividad de la empresa, creando códigos de conducta corporativa que consulte las verdaderas necesidades e iniciativa de la población sobre su desarrollo; teniendo en cuenta preferencias y decisiones apropiadas cultural y socialmente para la solución de las problemáticas”, ya que elementos mencionados anteriormente son los que integran ese entorno que debe de ser estudiado para así detectar sus necesidades.

Para detectar las necesidades de la comunidad efectivamente y garantizar una buena relación bilateral con la misma, es fundamental el papel que desempeñe la gestión humana, los cuales son los encargados de planear e implementar las tareas de responsabilidad social, en lo que se incluye al patrono y colaborador como elementos primordiales.

Hernández, G. (2011, p.165) han conceptualizado la gestión humana como “una centrada en la generación de valor y por lo tanto en fuente de ventaja competitiva sostenida para las organizaciones”, para que esta tarea sea implementada debe de existir un detonante que incentive a éstos actores hacerlo.

Hernández, G. (2011) propone cuatro pilares en lo que se rige el papel de la gestión humana:

Prácticas responsables de la gestión humana: comenzando por brindarles una mejor calidad de vida a los colaboradores, propiciando un ambiente de innovación y crecimiento personal.

Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad: se debe definir qué tipo de organización de debe ser, adaptándose a las reglas sociales y de allí definir los proyectos de RS.

Impacto sobre el medio ambiente: preocuparse también sobre la protección del medio y el impacto que tiene en la calidad de vida de las personas aledañas.

Transparencia y rendición de cuentas: brindando información a los trabajadores que sea veraz y oportuna.

Para que estos roles se lleven a cabo es fundamental el papel de la motivación en este proceso, la cual es la base para llevar a cabo una acción, tal como lo conceptualiza Vázquez, S. (2009, p.197), pues es un acto o un conducta en la cual está presente la voluntad; tomando en consideración la valoración de la meta y relación de esta valoración del objetivo con el valor de esa meta.

Los proyectos de RS se llevan a cabo con el fin de solventar una necesidad ya sea de una comunidad o de un sector social en especial. Ante este panorama, es recomendable tomar en cuenta la teoría de las necesidades de Maslow, basada en la pirámide de la jerarquización de las necesidades, esta teoría se utiliza en distintos escenarios, tanto a nivel de mercadeo como para influir en la motivación de los colaboradores.



Figura 1. Pirámide de las necesidades de Maslow.

Pero explícitamente se basa en ir supliendo las necesidades nivel por nivel, es decir suplir las fisiológicas y luego pasar a las de seguridad, así sucesivamente para llegar a la autorealización.

Esta pirámide es una herramienta útil para determinar las necesidades que puede tener una comunidad y así establecer los parámetros oportunos para enfocar los recursos a solventar efectivamente dichas necesidades. Además es importante que la organización supla primero a nivel interno sus necesidades para poder proyectarse externamente para contribuir a nivel social.

En un estudio realizado en ocho países de Latinoamérica donde se incluyeron 1300 empresas, Vives (2006) encuentra las motivaciones que llevan a las empresas a gestionar proyectos de RS: (como se menciona en el trabajo de Haces, J. 2009, p.40)

- Los valores éticos y religiosos.
- El bienestar de los empleados.
- La rentabilidad de la empresa.
- El cumplimiento de la ley.
- Una mejor relación con la comunidad y los clientes.

García, A. (2011) también concluye posibles razones por las cuales las empresas se motivan a ser socialmente responsables, la primera se atribuye a la expansión del poder e inclusive a los malos usos de éste que los lleva, puesto que al comprometerse con el entorno, disminuyen el impacto negativo que esto les pueda generar.

Otro factor es la globalización, puesto que con la apertura de los mercados se abren también nuevas oportunidades de crecimiento, trayendo consigo así nuevas responsabilidades sociales.

Es claro que las motivaciones, en cuanto al tema de la RS, pretenden demostrarle al público interno y externo el interés que tiene la organización de colaborar activamente con el desarrollo de éstos desde una perspectiva tanto personal como social.

Es fundamental que exista coherencia tanto en los intereses sociales como en los intereses de los colaboradores para desempeñar proyectos de RS, puesto que retomando la propuesta de los distintos autores de cómo se deben de llevar a cabo dichos proyectos, deben de ejecutarse con el único fin de contribuir a mejorar el entorno en el que se desarrolla la organización.

Para garantizar que el proceso se despliegue de forma integral, es fundamental que los colaboradores de integren voluntariamente, ya que los proyectos de responsabilidad social deben responder a necesidades reales de la comunidad y que para poder garantizar esto, es necesario saber si, desde la percepción de los colaboradores, los proyectos actuales son pertinentes.

Metodología:

Para identificar el nivel de pertinencia de los proyectos de responsabilidad social, según la percepción de los colaboradores que están trabajando en ellos, en este estudio se realizará una investigación descriptiva con un análisis de tipo cuantitativo de las respuestas de una encuesta que se realizó a la población de estudio.

El instrumento utilizado es la encuesta (ver anexo 2), ya que es una herramienta sencilla que arroja realimentación de primera mano. Para la construcción de las preguntas de la encuesta fue necesario desglosar las variables de este estudio en los elementos que las conforman, y hacer una pregunta que hiciera referencia a cada uno de ellos. Los elementos que constituyen las variables valoradas fueron:

Responsabilidad Social Empresarial: tomando como referencia el concepto de García, A., Verástegui, J., y Fernández, F. (2011), se puede afirmar que responsabilidad son todas aquellas acciones que se llevan a cabo en una organización, que se gestionen sin fines de lucro, en mejora del ambiente tanto interno como externo procurando así un balance entre lo que utiliza y lo retribuye al medio.

Logros de los proyectos: beneficios alcanzados por la comunidad posterior a la puesta en marcha de los proyectos de RSE. Los cuales pueden ser, según el panel de expertos consultados:

- Desarrollo económico a través de la creación de nuevas fuentes de empleo
- Desarrollo de proyectos ambientales (reciclaje, protección de recursos, entre otros)
- Concientización de la población en general (clientes y proveedores) en relación a temas de interés para la comunidad
- Promoción de la salud, tanto a nivel interno como externo

Tipos de proyectos: tomando como referencia las actividades que realizan las medianas empresas que expone Argandoña, A. (2009), se definen los tipos de proyectos como las calificaciones en las que se pueden dividir las acciones emprendidas para ser socialmente responsable, tales como:

- Donaciones de bienes materiales
- Donaciones de tiempo y trabajo voluntario
- Actividades a favor del ambiente
- Actividades para promover la salud
- Campañas de comunicación para clientes y proveedores

Percepción: tomando como base la definición de Oviedo, G. (2006) y adecuando el concepto al análisis, se conceptualiza la percepción como la evaluación que hacen los colaboradores sobre la pertinencia de las actividades que llevan a cabo, es decir si solventan las verdaderas necesidades de la comunidad.

Percepción de pertinencia alta: si la actividad que consideran importante se parece al tipo de proyecto que está realizando y además se evidencian logros importantes en la comunidad.

Percepción de pertinencia moderada: si la actividad que consideran importante no se parece al tipo de proyecto que se está realizando pero se evidencian logros importantes en la comunidad.

Percepción de pertinencia baja: si la actividad que consideran importante no se parece al tipo de proyecto que se está realizando y no se evidencian logros importantes en la comunidad.

Al estar enfocadas primordialmente dichas variables a las necesidades de las comunidades se tomó como referencia la teoría de Maslow, ya que ésta expone en su pirámide la relevancia de cada tipo de necesidad y cómo para suplirlas se debe ir nivel por nivel para que sea eficaz.

La pregunta 6 del cuestionario fue adaptada de Berger, Reffico y Hermelo (2005). Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina-Informe Final, en la cual el cuadro tiene como fin brindar un panorama de la percepción de lo que la

población de estudio tiene sobre la de los proyectos que implementan. Las demás preguntas están enfocadas al descubrimiento de información relevante para este estudio.

Para garantizar la efectividad de la agrupación de los tipos de proyectos de RS, se realizó una pequeña entrevista a tres profesionales del área social, dos sociólogos y un trabajador social respectivamente (ver anexo 2), para así poder agrupar los proyectos de responsabilidad social según las necesidades de las comunidades beneficiadas, las cuales estarán segmentadas en: marginales, urbanas, rurales y urbano-marginales.

La población de este estudio son los colaboradores y patronos que estén inmersas en los diferentes procesos de responsabilidad que realicen las medianas empresas ubicadas expresamente en San José que son parte del mercado económico costarricense.

En la definición de la muestra se hizo un pequeño sondeo sobre las empresas que cataloga el Ministerio de Economía, Industria y Comercio como mediana empresa, siendo así se implementó un muestreo al azar.

Posteriormente se realizó una pequeña prueba a un pequeño grupo antes de la aplicación del cuestionario para tener la seguridad de que fuera de sencilla comprensión. Para la implementación de la encuesta se utilizó el servidor de SurveyMonkey, donde se logró agrupar a 80 contactos, mediante la invitación de correo electrónico 17 y 33 vía el link de acceso, para un total de 50 cuestionarios completos (ver anexo 3).

Al ser el tamaño de la muestra: 50, la probabilidad de éxito/fracaso: 50, y el nivel de confianza del 95%, la presente investigación cuenta con un margen de error del: 13,9%.

Limitaciones:

En la presente investigación únicamente contempla la opinión organizacional desde la percepción de los colaboradores, enfocando los resultados únicamente a una sola perspectiva.

La cantidad de cuestionarios completos es de sólo 50 encuestas, lo cual es una población pequeña en cuanto a la cantidad de encuestas enviadas.

No se tomó en cuenta la percepción de la pertinencia de los proyectos de responsabilidad social, según la percepción de los miembros de las comunidades beneficiadas con estos.

No se conoce la población total, puesto como lo presenta el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, no todas las medianas empresas se inscriben como tal, pese a que se les ofrece distintos servicios como incentivo.

La teoría consultada y la opinión de los expertos no permiten la correlación de las variables, pero con los porcentajes y los promedios se puede realizar un análisis de relevancia.

Análisis de datos

A continuación se presenta la tabla con los resultados de las variables, obtenidos posteriores a la aplicación de la encuesta.

<i>Percepción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Proyectos</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Logros</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje</i>
Trabajo para mejorar la comunidad / Aporte trabajo comunitario	76	30%	Actividades a favor del ambiente	15	30%	Desarrollo de proyectos ambientales (reciclaje, protección de recursos, entre otros)	22	46%
Promover salud integral de los colaboradores / Crear y mantener el empleo	57	19%	Donacion tiempo y voluntariado	13	26%	Promoción de la salud, tanto a nivel interno como externo	14	29%
Generar rentabilidad / Brindar productos y servicios confiables	48	19%	Salud y desarrollo humano	8	16%	Concientización de la población en general (clientes y proveedores) en relación a temas de interés para la comunidad	8	17%
Cumplir con leyes sanitarias ambientales y laborales	33	13%	Donacion bienes materiales	6	12%	Desarrollo económico a través de la creación de nuevas fuentes de empleo	4	8%
Reportar informacion ambiental, laboral, comunitaria y social a grupos de interes	20	8%	Campañas de comunicación	5	10%			
Realizar donaciones bienes necesarios	17	7%	Proyectos de capacitación	3	6%			

Tabla 1. Relación percepción, proyectos y logros

El 30% de la muestra perciben como importante trabajar para mejorar la comunidad y el aporte de trabajo comunitario. El 19% valor la importancia de promover la salud integral de los colaboradores, de igual modo crear y mantener el empleo. Generar rentabilidad y brindar productos y servicios confiables representa un 19%, cumplir con las leyes sanitarias, ambientales y laborales un 13%, reportar información ambiental, laboral, comunitaria y social a los grupos de interés 8% y realizar donaciones de bienes necesarios un 7% lo conceptualizan como importante.

Sin embargo un 30% afirma que los proyectos que se implementan están enfocados a la realización de actividades a favor del ambiente, 26% se enfoca en donaciones de tiempo y trabajo voluntario, 16% realizan actividades para promover la salud, 12% realizan donaciones de bienes materiales, 10% llevan a cabo campañas de comunicación para clientes y proveedores, el 6% desarrollan proyectos de capacitación.

Los logros que se consiguen un 46% lo visualiza en el desarrollo de proyectos ambientales, 29% en proyectos destinados a promover la salud tanto a nivel interno como externo, 17% en la concientización de la población (clientes y proveedores) en relación a temas de interés para la comunidad.

Los datos anteriormente descritos, demuestran que los tipos de proyectos que realizan las medianas empresas no tienen relación con lo que los colaboradores consideran importante, la actividad que se considera prioritaria no es igual a los proyectos que realizan, pese a esto, sí se evidencian logros importante en la comunidad.

Sin embargo la columna de logros sí muestra la relación directa entre los proyectos ambientales con los logros que se conquistan, siendo esta categoría la única que muestra dicha relación, puesto que las categorías consecuentes no obtuvieron una categorización similar entre proyectos y logros.

Análisis de datos

Con base en el planteamiento metodológico y aplicación del instrumento, se presenta a continuación el análisis cuantitativo de los resultados, los mismos se representa porcentualmente según las respuestas de la muestra.

Gráfico # 1

Tipo de puesto que desempeña

	Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
Jefatura	34,0%	17
Personal de apoyo	66,0%	33

Fuente: Encuesta de responsabilidad social en la medianas empresas ubicadas en San José

A los encuestados se les preguntó sobre el puesto que desempeñan, de los cuales un 66% ocupan puestos de apoyo, los que a nivel de implementación de los proyectos son los que participan de una forma más cercana en el desarrollo del proyecto. Mientras que los puestos de jefatura representan un 34%, a lo que se puede afirmar que en los resultados de la encuesta predomina la percepción del personal de apoyo.

Gráfico # 2

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

	Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
Sí	94,0%	47
No	6,0%	3

Fuente: Encuesta de responsabilidad social en la medianas empresas ubicadas en San José

Los resultados además revelan la importancia que le dan las medianas empresas costarricenses a comprometerse a realizar proyectos que procuren algún impacto positivo en su entorno, puesto que al cuestionarles si la empresa realizar proyectos de RS, el 6% representa un porcentaje mínimo de no realización de proyectos en comparación al 94% que sí desarrolla acciones para procurar un entorno más próspero. Lo que se comprueba lo que estipula la teoría que cada vez más la medianas empresas se interesan por emprender acciones socialmente responsables.

Gráfico # 3

Tiempo que lleva laborando en esta empresa

		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
Menos de 1 año		38,0%	19
Entre 1y 3 años		40,0%	20
Más de 3 años		22,0%	11

Fuente: Encuesta de responsabilidad social en la medianas empresas ubicadas en San José

También es importante conocer el tiempo que llevan laborando en la empresa, de los colaboradores encuestados, el 40% ha mantenido la relación laboral vigente entre un años y tres años, 38% trabaja hace menos de un año en la organización y un 22% hace más de tres años. Existe una relación directa entre el tiempo laborado y la identificación con los proyectos que gestiona la empresa, puesto que el colaborador con el paso del tiempo desarrolla el sentido de pertenencia tan importante para que la empresa funcione de forma integral.

El gráfico muestra que la mayoría población encuestada tiene años de trabajar en la organización, lo que repercute en la percepción que tengan de los proyectos de RS, puesto que el tiempo transcurrido le permite al colaborador conocer a profundidad la organización en cuanto filosofía, públicos, objetivos y demás temas de interés relacionados.

Gráfico # 4

¿Qué tipo de proyectos de actividades lleva a cabo la empresa donde usted labora?

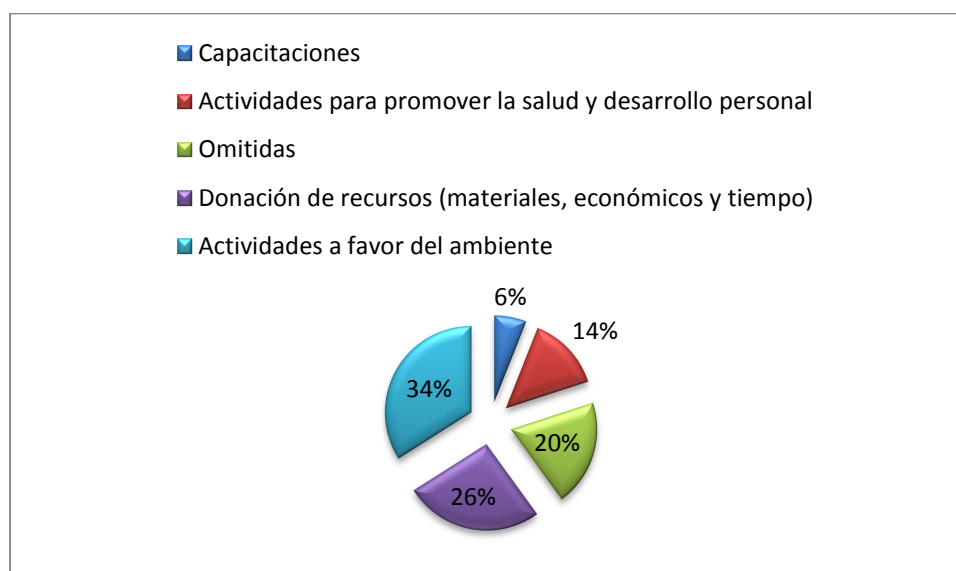


Fuente: Encuesta de responsabilidad social en la medianas empresas ubicadas en San José

Puesto que el personal debe integrarse a los proyectos que realiza la empresa, se plantea la pregunta sobre los tipos de proyectos que llevan a la práctica, cómo demuestra la teoría los proyectos que se implementan son el fin de generar un impacto positivo en el entorno más próximo. Siendo así y tomando como referencia el gráfico anterior, donde se establece que un 30% destina recursos organizacionales a realizar actividades a favor del ambiente, 26% se enfocan en brindar donaciones de tiempo y trabajo voluntario, 16% gestionan actividades para promover la salud y el desarrollo humano, 12% en donaciones de bienes materiales, 10% campañas de comunicación y sólo un 6% desarrollan proyectos de capacitación. Basándose en resultados anteriores se demuestra el mayor interés en llevar a cabo proyectos a favor del ambiente, lo que se ha convertido en un tema de interés colectivo.

Gráfico # 5

Proyectos de Responsabilidad Social en el que haya participado en los últimos seis meses



Fuente: Encuesta de responsabilidad social en la medianas empresas ubicadas en San José

Al gestionar la empresa proyectos de RS, se les pide que mencionen algún proyecto en el que hayan participado en los últimos seis meses, al ser así se puede afirmar que el 34% de los encuestados ha participado en actividades a favor del ambiente como siembra de árboles, reciclaje, limpieza de zonas verdes, entre otros. Un 26% donaciones de recursos (materiales, económicos y tiempo) las donaciones principalmente en cuanto a mano de obra para desempeñar labores que contribuyen al desarrollo comunal, donaciones de libros. 20% omitieron la pregunta, lo que refleja que no han participado en ningún proyecto en los últimos seis meses. 14% se han enfocado a gestionar proyectos para promover la salud y el desarrollo personal en tomas como: detención temprana de la diabetes, educación nutricional a la comunidad y otros. Y un 6% en capacitaciones enfocadas a la salud ocupacional.

Lo que demuestra que las empresas están respondiendo a contribuir activamente con la comunidad más cercana, puesto que es sólo un 20% de la población total la que ha dejado de lado la implementación de actividades que contribuyan con el desarrollo comunal.

Gráfico # 6

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



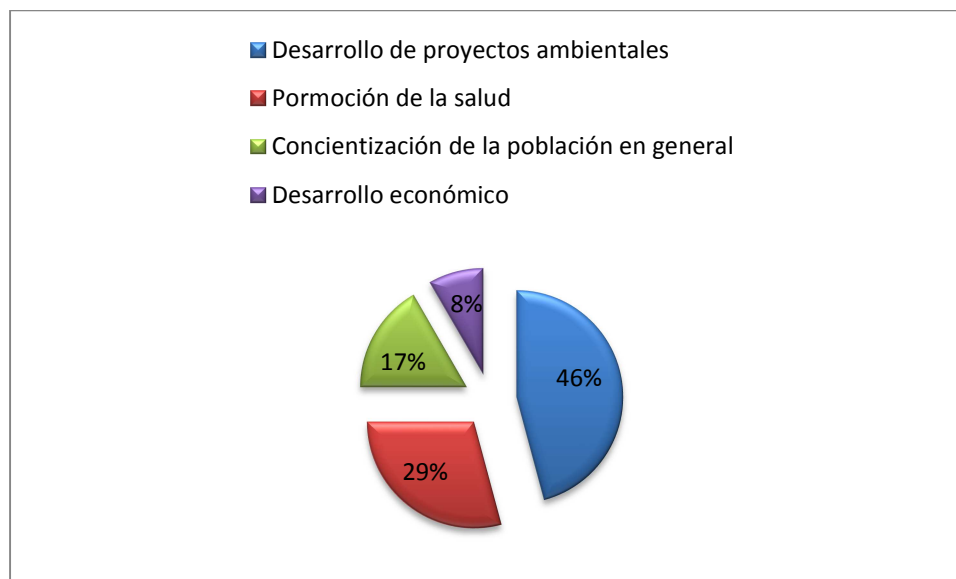
Fuente: Encuesta de responsabilidad social en la medianas empresas ubicadas en San José

Es claro que los colaboradores crean su propio nivel de importancia a lo que perciben pertinente, por lo que se les consulta el nivel de importancia que le asignan a las siguientes actividades, un 19% de la muestra coincide en que la principal actividad para ser socialmente responsable es brindar a sus clientes servicios y productos de calidad, 18% considera que es cumplir con las leyes y regulaciones sanitarias, ambientales y laborales, 14% crear y mantener el empleo, 12% trabajar para mejorar la comunidad, 11% reportar información importante a los grupos de interés, 9% realizar donaciones de bienes necesarios para la comunidad, 9% generar rentabilidad para los accionistas y un 8% valora la importancia del aporte de trabajo comunitario. Este gráfico demuestra que los colaboradores consideran que presentarse como una empresa socialmente responsable requiere cumplir con una variedad de acciones que así lo demuestren.

Al apreciar el cuadro y detallar el número de personas que llenaron las casillas de no es importante, poco importante, no relevante, varían de 1 a 3 personas solamente, mientras que las casillas de mayor importancia cuentan con la mayor cantidad de simpatizantes. Lo que se puede concluir que todas las empresas para poder declarar responsables socialmente deben de emprender acciones tanto a nivel externo como interno y que dichas acciones se complementen unas con otras, de igual modo que vayan ligadas a la filosofía organizacional.

Gráfico # 7

**De los proyectos de Responsabilidad Social Empresarial en que ha participado
¿Cuáles considera que han sido los logros o beneficios para la comunidad?**



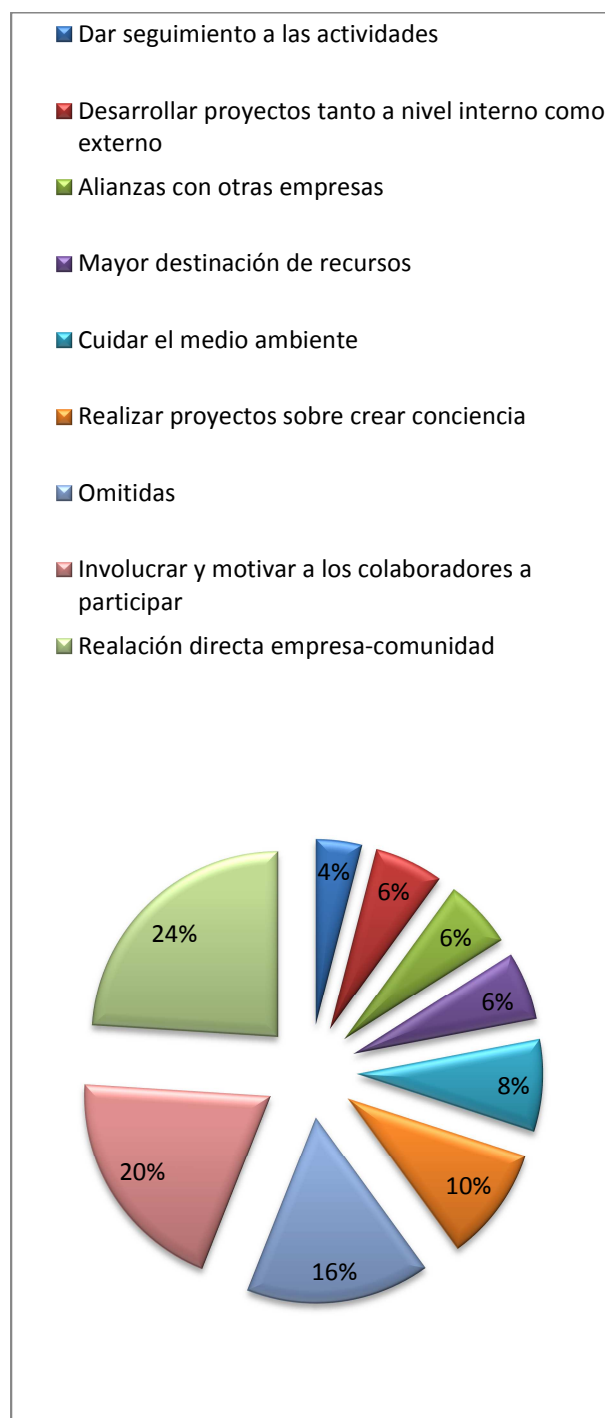
Fuente: Encuesta de responsabilidad social en la medianas empresas ubicadas en San José

Al consultar sobre los principales logros alcanzados posteriores al desarrollo de los proyectos, sin lugar a duda el tema que toma relevancia en las medianas empresas es el tema ambiental, con un 46%, puesto que casi la mitad de la muestra lo conceptualiza en la mayoría como el mayor logro de los proyectos realizados. La promoción de la salud ocupa el segundo lugar con un 29%, pues es necesaria para que la empresa pueda cumplir con sus objetivos.

La concientización de la población en general ocupa el tercer puesto con un 17%, la cual tienen como fin implantar los públicos temas de interés que directa o indirectamente los beneficien. Y el desarrollo económico únicamente alcanzó el 8%, ubicándose como el logro menos frecuente, pero implícitamente la implementación de las actividades anteriormente mencionadas, repercuten y benefician tanto al desarrollo comunal como el organizacional; resultando así un desarrollo económico en ambas vías.

Gráfico # 8

¿Qué recomendaciones daría usted para proyectos de Responsabilidad Social futuros?



Fuente: Encuesta de responsabilidad social en la medianas empresas ubicadas en San José

Las recomendaciones varían según la cantidad de criterios, pero las cantidades mayoritarias están ligadas directamente con la teoría expuesta; la cual expone la importancia en que exista una relación bilateral entre la empresa y su entorno. Indiscutiblemente la muestra valora este elemento como fundamental para que los proyectos sean exitosos, lo que representa un 24% de la población total.

El involucramiento y motivación de los colaboradores 20%, pues como refiere la teoría de igual modo, es necesario para que la RS sea llevada a cabo de forma eficaz.

16% de los encuestados omitieron la pregunta. El 10% considera importante crear conciencia en la población en general. Un 8% recomienda seguir cuidando el medio ambiente. 6% visualizan la necesidad de destinar más recursos para la realización de proyectos y otro 6% recomiendan realizar proyectos tanto a nivel interno como externo.

Aun cuando tienen poco porcentaje, la realización de alianzas lo cual representa un 6% y el seguimiento de los proyectos un 4%, son actividades que se pueden llevar a cabo para el beneficio de las partes. La primera para unir recursos pues para las medianas empresas, como lo muestran los datos del IMEC, la liquidez representa su principal desafío y la segunda como medio de evaluación de lo que se implementó.

Conclusiones

Los proyectos en relación con los logros obtenidos, se perciben con nivel de pertinencia medio, puesto que las actividades que consideran importantes no se parecen el tipo de proyecto que están realizando pero se evidencian logros importantes en la comunidad.

Los tipos de proyectos se pueden clasificar en seis tipos predominantes, tomando como fundamento la reincidencia en la puesta en práctica por los colaboradores de las medianas empresas. Siendo así las categorías según el orden de prioridad son:

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

La mayoría de la muestra, visualiza como mayor logro los proyectos relacionados con el desarrollo ambiental, seguido por la promoción de la salud, en tercer lugar la concientización de la población en general (cliente y proveedores) en relación a temas de interés para la comunidad y en cuarto lugar el desarrollo económico a través de la creación de nuevas fuentes de empleo.

Los resultados demuestran que no existe una relación directa entre cada uno de los proyectos que se realizan y los logros que se obtienen o al menos lo colaboradores no lo perciben de ese modo. La única excepción son los proyectos ambientales, puesto que son los únicos que mantienen una relación directa entre el tipo de proyecto que se implementa y los logros obtenidos, tal como se demuestra en la *tabla 1*, siendo la única categoría que ocupa el primer lugar en ambos casos. Los demás logros se agruparon en orden de relevancia pero sin establecer con conexión directa entre los proyectos realizados.

Recomendaciones

Incentivar a los colaboradores para que se involucren en todo el proceso de la puesta en marcha de los proyectos de responsabilidad social, ya que siendo así se podría alcanzar una relación directa entre lo que consideran importante realizar, los proyectos que se llevan a cabo y los logros que se obtienen, puesto que es importante que se identifiquen con dicho proceso para que se gestione de forma integral.

Diversificar los proyectos, es decir, que exista un balance equitativo entre los proyectos que se gestionan, el tema ambiental no es el único proyecto de responsabilidad social relevante. La organización debe procurar contribuir socialmente tanto a nivel interno como externo.

Para futuros estudios sería apropiado segmentar las necesidades según las necesidades de las comunidades y las necesidades que suplen las empresas, puesto que las necesidades, según como lo establece la teoría, varía de población a población según las características de las mismas.

Incluir a los líderes comunales para así evaluar la percepción desde el sentido organizacional y comunal, puesto que es importante conocer si los esfuerzos que realiza la organización por contribuir socialmente con comunidad son percibidos de igual modo por ésta.

De igual modo es importante que se elabore un cuestionario que permita relacionar las variables, para así poder establecer la correlación entre las mismas. Para garantizar la correlación, se puede incluir en la elaboración del mismo un panel de expertos en responsabilidad social, necesidades y estadística.

Referencias

- Argandoña, A. (2009). La responsabilidad social de las empresas pequeñas y medianas. (Spanish). *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, 12(1), 51-64. Retrieved from EBSCOhost.
- Berger, G.; Reffico, E. y Hermelo, R. (2005). Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina-Informe Final. Recuperado de: http://new.lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/rse_2005_ar_copy.pdf
- Chaverri, P. (2011). Entrevista sobre proyectos de responsabilidad social empresarial a nivel privado en Costa Rica. San José, Costa Rica, ULACIT
- Chaverri, D. (2011). Entrevista sobre proyectos de responsabilidad social empresarial a nivel privado en Costa Rica. San José, Costa Rica, UCR
- 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 EBSCOhostn.
- Haces Arce, J. (2009). Motivaciones de la responsabilidad social corporativa en Latinoamérica. (Spanish). *Anáhuac Journal*, 9(2), 31-53. Retrieved from EBSCOhost.
- Hernández, G., Giraldo, C., y Valencia, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. (Spanish). *Estudios Gerenciales*, 27(118), 163-188. Retrieved from EBSCOhost.
- Luis Álvarez Soto (12 de septiembre del 2011). Financiamiento para mipymes y emprendedores: una tarea en construcción. **La Prensa Libre**. Recuperado de: http://www.meic.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=396:financiamiento-para-mipymes-y-emprendedores-una-tarea-en-construccion-&catid=65:consultas-publicas
- Martín, P. (2008). Estudio comparativo de la satisfacción laboral en el personal de administración. (Spanish). *Revista de Psicología del Trabajo y de Las Organizaciones*, 24(1), 25-40. Retrieved from EBSCOhost.
- Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría gestalt. (Spanish). *Revista de Estudios Sociales*, (18), 89-96. Retrieved from EBSCOhost.
- Pirámide de las necesidades de Maslow. Recuperado de: <http://conamorpublicidad.wordpress.com/2011/05/09/piramide-de-necesidades-segun-maslow/>
- Vázquez, S. (2009). Motivación y voluntad. (Spanish). *Psicología (02549247)*, 27(2), 185-212. Retrieved from EBSCOhost.
- Vélez Evans, A. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. (Spanish). *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(25), 55-74. Retrieved from EBSCOhost
- Zuluaga, M. (2011). Responsabilidad social: hacia un nuevo relacionamiento entre empresas, Estado y ciudadanos. (Spanish). *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 331-21. Retrieved from EBSCOhost.

Anexo 1. Entrevista a experto

Esta entrevista forma parte del proyecto final del Seminario de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Comportamiento Organizacional de ULACIT. El proyecto consiste en determinar si los proyectos de Responsabilidad Social que se llevan a cabo en las empresas ubicadas en el área metropolitana son pertinentes a las necesidades de las poblaciones que perciben los beneficios, de acuerdo con la percepción y el nivel de satisfacción, tanto por parte de los colaboradores que los ejecutan, como de aquellos quienes los reciben.

Por ello, dentro del marco referencial encontrado, se ha determinado que existen 4 tipos de población principales; las cuales, de acuerdo con la teoría poseen características diferentes. Sin embargo, dichas referencias hacen alusión a la población en general; pero para evaluar la situación nacional (al menos dentro del área metropolitana) nos parece importante conocer cuáles son las principales necesidades de estos grupos, con el fin de compararlos con los resultados obtenidos en el trabajo de campo con las empresas a las cuales se aplicará el cuestionario.

Por ello, agradecemos su colaboración con esta pequeña entrevista, para contar con un criterio acerca de la realidad de estas poblaciones a nivel del área metropolitana de Costa Rica.

1. Desde su perspectiva, podría indicar ¿Cuáles son las necesidades que tienen este tipo de poblaciones en el área metropolitana?

a. Comunidades Rurales:

() Ambientales

() Salud

() Sociales

() Clientes y Proveedores

b. Comunidades Marginales:

() Ambientales

() Salud

() Sociales

() Clientes y Proveedores

c. Comunidades Urbanas

 Ambientales Salud Sociales Clientes y Proveedores

d. Comunidades Urbano-marginales

 Ambientales Salud Sociales Clientes y Proveedores

2. Desde su experiencia profesional ¿Existe algún otro tipo de población que no haya sido contemplado en este cuestionario?

3. Además, ¿Se debería incluir alguna otra categoría dentro las necesidades para estas comunidades?

Anexo 2. Encuesta aplicada

Responsabilidad Social Empresarial en Costa Rica

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

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

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

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

1. Favor indicar el tipo de puesto que usted desempeña

() Jefatura () Personal de apoyo

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

Sí ()

No ()

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Promoción de la salud, tanto a nivel interno como externo

Otro: _____

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

Referencias:

Algunas de las preguntas del anterior cuestionario fueron adaptadas de la Encuesta de Berger, G.; Reffico, E. y Hermelo, R. (2005). Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina-Informe Final.

Anexo 3. Página de SurveyMonkey

The screenshot shows the SurveyMonkey user interface. At the top, there is a navigation bar with the SurveyMonkey logo, user information (hquiros895), and options like 'Cerrar sesión' and '+ Crear encuesta'. Below this is a promotional banner titled 'LLEVE SUS ENCUESTAS AL PRÓXIMO NIVEL' with three bullet points: 'Obtenga preguntas ilimitadas', 'Imprima y descargue sus resultados', and 'Disfrute de las funciones superiores'. A 'Cambiar de categoría ahora' button is present in the banner.

Below the banner is a control bar for the survey list, including a dropdown for 'Carpeta actual', a search box for 'Buscar título', and a table of survey entries. The table has columns for 'Nombre del recopilador (método)', 'Estado', 'Respuestas', 'Última respuesta', and 'Acciones'.

Nombre del recopilador (método)	Estado	Respuestas	Última respuesta	Acciones
Responsabilidad Social	07 de noviembre de 2011 10:08 a.m. Hace 27 días	50		Borrar Transferir Elimina
New Email Invitation (Invitación por correo electrónico)	● CERRADO	17 respuestas	21 de noviembre de 2011 12:59 p.m.	Editar Limpiar Elimina
New Email Invitation (Invitación por correo electrónico)	● SIN CONFIGURAR	0 respuestas	07 de noviembre de 2011 11:12 a.m.	Editar Limpiar Elimina
Web Link (Enlace web)	● CERRADO	33 respuestas	21 de noviembre de 2011 12:58 p.m.	Editar Limpiar Elimina