

¿Cómo contribuye al desarrollo económico y social, por medio de la Responsabilidad Social Empresarial, el sector hotelero en la zona de Alajuela, Heredia y San José?

Autor: Jason Arias Quirós

Resumen

El objetivo principal de este artículo es el determinar las formas de contribución en programas de Responsabilidad Social Empresarial del sector hotelero de las zonas de Alajuela, Heredia y San José; además de conocer las áreas más comunes donde se desarrolla la ayuda por parte de estas empresas. El estudio se realizó sobre la base cualitativa, donde se obtuvo la participación de 30 empresas hoteleras de los lugares mencionados con anterioridad.

El área hotelera en hoy juega un papel altamente importante al formar parte de un sector que sostiene o provee alrededor del 5% del producto interno bruto costarricense. Hoteles en general reciben miles de turistas por año y se localizan en muchas ocasiones en zonas con grandes oportunidades de desarrollo social, ambiental y económico.

El Gobierno de la República de Costa Rica ha hecho esfuerzos en los últimos años a través de la promulgación de leyes que favorezcan o incentiven la puesta en práctica de estos tipos de programas para el beneficio de todas las comunidades que conviven alrededor de estos centros turísticos y buscar un equilibrio no solo ambiental, sino una

inclusión social donde la población pueda salir beneficiada en cierta medida del éxito empresarial del sector.

“Para que mi negocio triunfe, los empleados han de tener un sueldo lo suficientemente alto como para comprar mis coches”. Henry Ford (1863-1947)

Palabras clave: Hoteles, Responsabilidad Social, Desarrollo, Ambiente, Sector Empresarial.

Abstract

The main objective of this article is to determine the most common ways of contribution regarding corporate social responsibility programs in the hotel industry located in Alajuela, Heredia and San José; besides to know the areas (environmental, social, economical) where this help is focused by this sector.

Nowadays, hotel industry plays a very important role within the local economy, due to the fact of being directly related to tourism, a sector which provides around the 5% of Costa Rica gross domestic product. In general, hotels host thousands of tourists each year, and are located in zones with high development opportunities in topics as environmental, social and economic.

Costa Rica government has worked hardly in the few past years by creating or establishing new laws which stimulate the practice for these kinds of programs in order for the communities that live around them to get benefits, not just environmental; these laws are looking forward to a social integration so that population can take advantage and be part of the success of these businesses.

“For my business to success, employees should have a wage high enough than can afford my cars”. Henry Ford (1863-1947)

Key Words: Hotels, Social Responsibility, Development, Environment, Industry.

Introducción

El siguiente artículo pretende brindar una definición detallada de lo que comprende la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), donde generalmente se asocia con políticas o prácticas hacia el medio ambiente, dejando en el olvido otras importantes áreas que abarca el RSE que contribuyen con el desarrollo de las regiones donde opera el sector en cuestión. Como principal objetivo, se busca el determinar las formas de contribución en programas de Responsabilidad Social Empresarial del sector hotelero de las zonas de Alajuela, Heredia y San José.

Mediante el desarrollo de esta investigación, se tratará de evidenciar si esta industria enfoca sus prácticas o planes de RSE a nivel solo ambiental, dándole poco énfasis al desarrollo económico y social de la zona donde operan, con lo cual se plantean objetivos específicos como el identificar las prácticas más comunes de Responsabilidad Social Empresarial dentro del sector hotelero, determinar los factores que motivan o pueden justificar la implementación de prácticas de RSE y, por último, definir los sectores a los que se dirigen las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de la industria hotelera.

A su vez, se intenta fomentar la participación de las empresas hoteleras que no hayan desarrollado ningún tipo de estos programas o que apenas estén dando sus primeros pasos mediante la promoción de la ley estatal número 8811 de nombre: “Ley incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística” (2010), a la cual se hará referencia más adelante y cómo incentivos como estos pueden traer beneficios sociales y económicos tanto para las poblaciones cercanas como para la empresa misma.

A nivel personal, se busca enriquecer el conocimiento de todo lo que abarca la Responsabilidad Social y cómo la teoría se ve aplicada en la vida diaria; que por alcance de esta investigación se definirá en el sector hotelero, a través de una adecuada exploración de fuentes bibliográficas y la aplicación de entrevistas a profesionales en el ramo.

Marco teórico

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como corriente de cambio organizacional ha tomado un valor importante en las últimas décadas. Hasta hace poco las empresas no eran sujetas al estudio de las ciencias sociales ya que las mismas se consideraban solo fuentes de explotación de trabajo.

De la Cuesta y Valor (2003) señalan como el origen de la Responsabilidad Social los años 80, cuando se deja de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable de la contención de desigualdades y se comienza a defender la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales; en otras palabras, se comienza con la idea que todos los agentes económicos dentro de la sociedad debe preocuparse y tomar acciones para la construcción de país con mejores condiciones de vida para sus habitantes.

A raíz de todo este movimiento, surge la definición de RSE, donde se empieza a involucrar a las empresas como piezas responsables en el desarrollo económico y social de un país. De la Cuesta González y Valor Martínez (2003) definen la RSE como el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas

empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores.

Existe otra definición que parece ser la más aceptada a la hora de hablar de este tema, la cual fue definida por la Comisión Europea (2001) mediante su libro verde donde dictaba que RSE es:

[...] un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio», y afirma que las prácticas de responsabilidad social implican «asumir voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir en cualquier caso; las empresas que intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto de los Derechos Humanos y adoptan un modo de gobernabilidad abierto que reconcilia intereses de diversos agentes en un enfoque global de calidad y viabilidad

De acuerdo con Casado, Cañeque, Viñuelas y Jáuregui (2006), la preocupación social de la empresa es milenaria y allá donde existió una actividad empresarial, desde su más lejano origen, se podrían encontrar ejemplos de RSE. Si se remonta a las prácticas de antiguos mercaderes de China, India o el mundo árabe, se encontrarían casos de Responsabilidad Social.

Sin embargo, casos de RSE, tal y como se conoce en la actualidad, pueden remontar al siglo XIX e inicios del siglo XX. Entre los ejemplos concretos que se pueden destacar, se encuentran:

[...] el cuáquero Joseph Rowntree (1836-1925) había dedicado gran parte de su riqueza, obtenida a través de la industria del cacao, a fondos sociales y de caridad. George Cadbury (1839-1922), también cuáquero y empresario de la industria del cacao, pensaba firmemente que si uno protegía la salud y bienestar de sus empleados, ellos cuidarían mucho mejor la empresa. Durante su vida empresarial, construyó casas con jardines alrededor de su fábrica para que cada empleado tuviera su propio huerto y centros recreativos para sus hijos. También construyó un hospital, salas de lectura y centros para lavar la ropa. Asimismo, redujo las jornadas laborales de los sábados, dio muchas más vacaciones que las oficiales y todos sus empleados recibían asistencia médica, que incluía seguro dental. Sus condiciones laborales fueron una revolución para el sector. Él siempre afirmó que la moral del trabajador es lo que determina su productividad y fidelidad (Casado et al., 2006)

A nivel del continente americano, se puede mencionar como pionero en este campo a Henry Ford (1863-1947) con su frase “para que mi negocio triunfe, los empleados han de tener un sueldo lo suficientemente alto como para comprar mis coches”. Entre los logros en ese momento se destacan: El aumento de un cincuenta por ciento en el salario de los trabajadores y un plan innovador de acciones para compartir los beneficios creados, esto fue base de críticas de competidores y el sector.

Para la década de los sesenta y sesenta, se siente la etapa más fuerte de la RSE a nivel mundial, a tal punto que para el año de 1972 y, según Capron (1997), la ley francesa obligaba a informar sobre una larga lista de indicadores que cubrían relaciones con los empleados y temas de seguridad y medioambiente, aunque no revisaba el impacto directo de las actividades económicas en el entorno o en la sociedad.

Para los años ochenta se vive una “extinción” casi total de la Responsabilidad Social Empresarial. De acuerdo con Hoffman (2001), durante esa época grupos empresariales de con otros tipos de intereses empezaron a considerar la RSE como una amenaza para su gestión. A ellos se unieron los sindicatos, ya que el reconocimiento público de la RSE amenazaba su condición de portavoces exclusivos como defensores de los derechos de los trabajadores ante la empresa.

Para la década de los noventa, según describe Casado et al. (2006):

Los cambios que se daban en los ámbitos políticos, sociales y económicos crean una necesidad creciente de realizar estudios en los aspectos no financieros de la actividad empresarial. El empresario se ve, pues, influenciado a adoptar una serie de compromisos en su gestión para integrar a los diferentes agentes de interés, fomentar la transparencia (publicando informes corporativos sociales, estableciendo códigos de conducta y creando una declaración de valores) y reafirmar su respeto y compromiso con el impacto social de sus actividades; dando paso a los programas de RSE que conocemos en la actualidad.

Es decir, los años 90's marcaron la pauta para la creación y afianzamiento del concepto de responsabilidad social empresarial a nivel mundial a partir de la conciencia creada de la necesidad del involucramiento del sector industrial en actividades sociales, ambientales y económicos primordialmente.

En el 2004, la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED) presenta en Costa Rica un modelo de Responsabilidad Social Empresarial con el apoyo de instituciones como INCAE e Hivos.

Este modelo fue el resultado, según lo cita AED (2013) en su página web, de un largo proceso de investigación en el cual participaron unos 250 representantes

de todos los sectores de la sociedad. Este modelo vino acompañado de una herramienta de autoevaluación y benchmarking que permite a las empresas evaluar el estado de incorporación de la RSE en su modelo de negocios.

Este modelo fue extendido en el 2008 a toda la región centroamericana como parte del proyecto de regionalización de la RSE en Centroamérica, donde nació la Red Centroamericana de RSE: IntegraRSE. Se lograron definir objetivos comunes y estandarizar criterios. Además, se establecieron indicadores comunes para que el sector productivo centroamericano pueda mejorar continuamente su forma de hacer negocios. Los indicadores se plasmaron en la herramienta IndicaRSE que permite medir el nivel de conducta socialmente responsable que tienen las organizaciones.

Las principales áreas identificadas como prioritarias para un modelo de RSE en Costa Rica, incluidas en IndicaRSE, se enmarcaron en lo que se llamó Heptágono de RSE, basados en el enfoque propuesto por Forum Empresa. El heptágono está formado por siete ejes en los que la empresa debe enfocarse de manera integral para alcanzar una conducta de responsabilidad con la sociedad donde se desarrolla: gobernabilidad, público interno, medio ambiente, proveedores, mercadeo responsable, comunidad y política pública (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013).

El ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) de Costa Rica (2013) en su página PYMES Costa Rica, los detalla de la siguiente manera:

➤ **Gobernabilidad**

Se refiere a los políticas de gestión directiva que parten de la visión, misión, y reglamentos internos, los cuales deben incorporar aspectos económicos, sociales y ambientales desde una perspectiva de transparencia y rendición de cuentas de la alta gerencia, los ejecutivos y todos los colaboradores de la compañía, con el fin de mostrar y normar el compromiso adquirido bajo los principios de Responsabilidad Social Empresarial.

➤ **Público interno**

Es la valoración de políticas y prácticas responsables hacia el capital humano de la empresa, las mismas incluyen desde los accionistas y directivos, hasta los colaboradores y sus grupos familiares, identificándolos como un activo fundamental para la productividad y competitividad de la empresa, en la medida que las relaciones laborales sean sostenibles y satisfactorias. Es así que este eje sugiera el desarrollo de un clima de trabajo favorable, fomenta el equilibrio entre vida laboral y familiar, vela por la salud y seguridad ocupacional, necesidades de desarrollo profesional, políticas de atracción y retención de talento, de diversidad y no discriminación, entre otros. Esta área señalada se puede considerar como de suma importancia ya que es el pilar fundamental de las relaciones obrero-patronales para las empresas que buscan el objetivo de alcanzar las prácticas o conductas que los lleven a ser socialmente equilibradas.

➤ **Medio ambiente**

Es el compromiso permanente de la empresa con políticas y prácticas que lleven a compensar, mitigar o aportar positivamente al equilibrio que debe existir entre las operaciones de la empresa, el uso de los recursos naturales y su impacto en el medio ambiente, a través de toda la cadena de valor. Es así que la empresa

identifica, analiza y responde con acciones concretas de autorregulación, responsabilidad por el ciclo de vida del producto y/o servicio, tecnologías ambientalmente amigables, eco eficiencia y educación ambiental. Empresas bajo este principio están siempre atentas a nuevas acciones para disminuir o retribuir al medio ambiente el daño ecológico que pudieran causar con su actividad y así buscar el equilibrio con el medio que los rodea.

➤ **Proveedores**

La empresa incentiva, valora y evalúa el comportamiento responsable de su cadena de valor a través de los proveedores de bienes y/o servicios en su operación. Para ello, la empresa debe implementar prácticas responsables como: entrenamiento/capacitación de sus proveedores o distribuidores, transferencia de tecnología y conocimiento, así como la inclusión de criterios de Responsabilidad Social en los procesos de evaluación, selección y contratación transparente de sus proveedores.

➤ **Mercadeo responsable**

Consiste en construir, desarrollar y mantener relaciones de confianza entre los consumidores y clientes de bienes y servicios de la empresa, a través de productos y/o servicios de calidad que les generen un valor agregado. Así, se promueven relaciones basadas en la integridad, justicia y honestidad; y acciones como la protección de la salud y seguridad del consumidor, el consumo sostenible, el respeto a la privacidad de los clientes, las prácticas responsables en el diseño, ventas, distribución y campañas de comunicación del producto y/o servicio, y el respeto a la libre competencia. Se destacaba en el segundo principio las pautas para la interrelación con los colaboradores, este nos habla del comportamiento que deben tener con sus consumidores o clientes, además

de otras compañías que puedan ser competencia directa o indirecta de los productos y servicios que comercializan.

➤ **Comunidad**

Consiste en la corresponsabilidad de la empresa hacia el desarrollo local en el ámbito económico, social y ambiental, que involucre a las comunidades cercanas o grupos vinculados a su actividad productiva (clientes, colaboradores y proveedores), mediante la participación directa, la inversión social de recursos, y el voluntariado estratégico de sus colaboradores, con el fin de contribuir en la solución de problemas prioritarios que afectan el entorno en que conviven la empresa y sus públicos de interés.

➤ **Política Pública**

Se define como el alineamiento entre el interés empresarial y el interés público, que incide directamente en el desarrollo económico, social y ambiental del país donde la empresa desarrolla sus actividades. Para ello, promueve el diseño, ejecución y monitoreo de proyectos conjuntos que contribuyan al bienestar de la sociedad en general. La estrategia ideal para obtener impactos significativos es la Alianza Público Privada, que identifica tres actores del desarrollo nacional: el Estado, el Sector Empresarial y la Sociedad Civil. El eje de Política Pública se construye a partir de los principios éticos, la transparencia política y el desarrollo de proyectos conjuntos de la empresa con los demás actores del desarrollo.

Desde su presentación en 2004, el programa de la asociación empresarial para el desarrollo sigue sumando adeptos, en la actualidad la organización cuenta con treinta y siete instituciones, en su gran mayoría de capital privado, unidas en un programa llamado “Alianza de Empresas sin Pobreza Extrema”.

La primeriza en encaminarse en este programa fue Holcim, cuenta la directora de AED Silvia Lara:

Quando la firma se percató de que algunos de sus colaboradores vivía en precarios, en situación de tugurio y decidió virar su filosofía de sostenibilidad social hacia dentro.

Holcim tenía empleados con un serio problema de endeudamiento (con tarjetas de crédito o con almacenes de línea blanca) y lo que recibían de salario líquido no les alcanzaba.

Holcim capitalizó su asociación solidarista y con ese capital compró las deudas, las refinanció y metió a este grupo en un programa muy fuerte de salud financiera en el cual contribuyó el BAC (Camacho Sandoval, 2013).

Al listado se unen instituciones públicas como INS Valores, INS Inversiones, los bancos de Costa Rica y Nacional, además de empresas privadas entre las cuales se mencionan: Grupo Roble, Punto Rojo, Alimentos ProSalud, Unimer, ArcerlorMittal y BAC Credomatic.

En el año 2010, Costa Rica se convierte en uno de los primeros países en la región en crear con un marco regulatorio en términos de Responsabilidad Social Corporativa Turística (RSCT), se crea con la finalidad de combatir cualquier forma de trabajo forzoso, la explotación sexual de menores de edad y una desequilibrada convivencia con el medio ambiente en el sector hotelero.

Esta ley es la número 8811 publicada en La Gaceta 119 del 21 de junio de 2010 con el nombre de “Ley incentivo de la responsabilidad social corporativa turística”.

El marco regulatorio de la misma abarca a toda la industria turística del territorio costarricense y la define como:

[...] el cumplimiento de los deberes legales, económicos propios de la empresa y la adopción del compromiso de ser socialmente responsable con criterios de sostenibilidad, contribuyendo con el desarrollo económico, social y ambiental; laborando con las personas trabajadoras, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para implementar conjuntamente proyectos de desarrollo social (Ley Incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística, 2010).

Entre los beneficios que pueden percibir los entes turísticos que se acojan a esta ley, se señalan:

- Obtención de certificado de la Responsabilidad Social Corporativa Turística, el cual se caracteriza por una por una guaria morada en el mismo que pretende la categorización de acuerdo con el nivel en que la operación responda a un modelo de RSCT.
- Promoción diferenciada a nivel nacional e internacional en toda feria turística.
- Capacitación turística para todas las personas trabajadoras.
- Asesoramiento continuo en materia turística.
- Cualquier otro que el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) lograra negociar ante otros organismos.
- Prioridad en procesos de mejora continua.
- Entre otros.

De acuerdo con Ana Helena Chacón, diputada 2006-2010, en un artículo rescatado de la página web de deloitte.com:

El objetivo de esta nueva ley es regular la responsabilidad social empresarial en donde las empresas turísticas asumirían un compromiso de ser socialmente responsables con criterios de sostenibilidad, al contribuir con el desarrollo económico, social y ambiental, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para implementar conjuntamente proyectos de desarrollo social integral.

Con esta ley, Costa Rica da un paso importante en materia de RSE, donde involucra uno de los sectores con mayor aporte al producto interno bruto, dando y definiendo las pautas para un mayor beneficio económico y social de la población costarricense, así como la coexistencia de proyectos turísticos en perfecta armonía con el medio ambiente.

Metodología de la investigación

La investigación tomará lugar durante el tercer cuatrimestre del año 2013; dado su alcance y la manera de recolección de datos, se considera una investigación cualitativa, siendo la entrevista la herramienta por utilizar para este fin, se utilizaron otros medios electrónicos como e-mail, teléfono, entre otros.

La entrevista aplicada se compone de siete preguntas abiertas donde se pretendía medir o determinar el conocimiento del sector hotelero de las zonas de Alajuela, Heredia y San José sobre el tema de esta investigación, es decir, la Responsabilidad Social Empresarial. La herramienta pretendía además enumerar e identificar las acciones más comunes desarrolladas por este sector y como esto impacta en todos los diferentes sectores alrededor de cada uno de estos hoteles.

La selección de los hoteles como base de esta investigación se basó en dos principales puntos, a saber:

- Los hoteles deben estar dentro de los sectores de Alajuela, Heredia y San José.
- Poseen o han participado en programas de Responsabilidad Social Empresarial.

El proceso de selección de personas por entrevistar se hizo con base en las siguientes premisas:

- Ser colaborador actual de la empresa.
- Conocimiento del tema.
- Participación en los programas desarrollados por la empresa.

La duración de la entrevistas fue en promedio 15 minutos, durante la realización de las preguntas se ejecutó un pre-testeo cognitivo a personas con grado académico universitario de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT) con la intención de minimizar cualquier posible problema por la mala interpretación o transmisión de la información contenida en las preguntas, a su vez, se acataron todas las recomendaciones del profesor tutor en la elaboración del cuestionario.

Discusión de resultados

A continuación se presenta de forma detallada y concisa la información que se generó a partir del instrumento de recolección de datos, se tratan de sintetizar los hallazgos más importantes de acuerdo con el tema de investigación.

- 1. ¿Cuenta en la actualidad la empresa donde usted labora con programas de responsabilidad social? Si su respuesta es negativa, indique porqué.**

Todas las empresas hoteleras consultadas poseen programas de Responsabilidad Social Empresarial, es importante destacar que en muchas de estas, no se encuentran totalmente estructurados ya que son hoteles pequeños en cierta medida, por lo cual no poseen un departamento dedicado exclusivamente en el desarrollo de la RSE.

2. ¿Qué áreas (social, económica o ambiental) beneficia su empresa con estos programas? Ejemplifique.

De acuerdo con la muestra realizada, cuando se consultó acerca del énfasis que los programas de RSE tenían, la gran mayoría manifestó que se beneficiaban las tres áreas, es decir, la social, económica y ambiental. Importante resaltar que fueron escasos hoteles los que aseguraron solo contar con programas que beneficiaran al medio ambiente y dejaran totalmente de lado las otras dos áreas. Entre los programas más relevantes mencionados, se destacan los siguientes:

- **Área social:** Ayudas económicas a escuelas y colegios de las comunidades vecinas, estos fondos provienen en mayor medida de dineros generados por la actividad del reciclaje. Dueños de hoteles aseguraron que se han hecho donaciones de terrenos a la comunidad para la construcción de infraestructura necesaria para la recreación de los vecinos (canchas de futbol), así como para el desarrollo (colegio de monjas ubicado en Sabanilla de Alajuela). Algunos hoteles destacan la aceptación de estudiantes para la práctica profesional en el área de turismo, ayudándolos en la inserción al mercado laboral. Solamente un pequeño número de hoteles aseguraron que tenían como política contratar personas de la comunidad, ayudas económicas a organizaciones y fundaciones (Fundación Oratorio Don Bosco ubicado contiguo al museo del niño), ya sea de niños de la

calle o ancianos (Hospicio Hogar María), comedores infantiles (Alimentando Esperanzas), charlas educativas en escuelas (programas como TeachingKidstoCARE). Por otra parte, una compañía señaló la ayuda que dan a los mismos empleados de la cadena fuera del área metropolitana costeando el hospedaje del colaborador y familia durante su estancia debido a diligencias médicas.

- **Área económica:** La mayoría de los hoteles sujetos a esta entrevista señalan como sus principales aportes al área económica el pago puntual de todos los impuestos tanto municipales como otros a los que estén sujetos dentro de la ley costarricense; puntualizan además del pago de salario justo a todos sus colaboradores, pagando todas las cargas sociales correspondientes a las planillas de los mismos y pagos puntuales a proveedores, tanto de la zona donde se encuentran localizados como externos, buscando negociaciones donde se beneficie el hotel y el proveedor de bienes o servicios.
- **Área ambiental:** En este apartado la mayoría de los entrevistados coincidió con muchas de las prácticas. El reciclaje constante de materiales tomó lugar en todas las entrevistas, algunos pocos mencionaron programas de reforestación dentro de los mismos terrenos del hotel. Limpieza de calles y terrenos aledaños fue otra de las actividades más mencionada, además la práctica de los cultivos orgánicos fue señalada en varias oportunidades. Hubo una práctica que solo es sujeta en uno de estos hoteles pero cabe destacarla: “Sembrar un árbol con el huésped”, el mismo consiste en que el turista pueda sembrar un árbol nativo de la zona dentro de las instalaciones del hotel, le pone un nombre y cuando lo desee, él puede ver el proceso de crecimiento mediante fotografías enviadas al

correo electrónico indicado por el visitante, programas de ahorro de energía eléctrica y agua fueron otros de los temas abordados con mayor frecuencia.

- 3. ¿Cada cuánto la empresa donde labora desarrolla este tipo de programas? Destaque el último desarrollado.**

La mayoría de las empresas entrevistadas coincidieron en la frecuencia con la que desarrollan todas estas actividades, es decir, mensualmente. Hubo otras que se definieron como mensuales, pero haciendo la salvedad que cuando se trataba de donaciones económicas a cierto sector, las mismas se daban cada vez que se realizaban los contactos necesarios por parte de representantes de las comunidades vecinas.

- 4. Según su experiencia en el campo y partiendo que el objetivo primordial que busca la Responsabilidad Social Empresarial es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental del medio donde operan, ¿cómo considera que se beneficia la población costarricense de los programas que desarrollan en la empresa donde labora? Dé ejemplos.**

Los hoteles en general consideran que la población costarricense es altamente beneficiada a través del establecimiento de estas actividades, como principales beneficios destacan la ayuda monetaria que reciben las comunidades, la infraestructura que se logra construir producto de las donaciones de terreno y/o materiales, ayuda oportuna a poblaciones en riesgo como los niños de la calle, se mejora en general la calidad de vida de la población mediante empleos dignos, incorporación de nuevos

profesionales al mercado laboral y la correcta utilización de los desechos que se relaciona con la limpieza de la zona.

5. ¿Cree que el establecimiento de estos programas de RSE favorecen o traen beneficios a las empresas que los aplican? ¿Por qué?

Todos los entrevistados señalan que sí favorecen a sus representadas la implementación de la RSE, ya que principalmente mejora el atractivo turístico del hotel y la zona, significan ahorros económicos para la entidad y, a su vez, mejora o inicia una buena relación con los vecinos; destacan además los beneficios que perciben por parte del Instituto Costarricense de Turismo.

6. ¿Qué beneficios puede usted enumerar que ha traído la puesta en marcha de prácticas de RSE en la empresa donde labora?

Una buena parte de los hoteles entrevistados concuerda que los beneficios con mayor notoriedad es la conservación ambiental, seguido por la publicidad ganada a través de estas prácticas, ya que logran posicionarse en la mente de los vecinos, así como el turismo que llega a la zona donde operan. Unos pocos señalan como un beneficio una mejora del clima organizacional de la compañía ya que en estos programas se envuelven todos los colaboradores propiciando así el contacto humano y el trabajo en equipo con un propósito en común: “La ayuda hacia sus semejantes”.

7. ¿Conoce usted la ley de la República número 8811 de nombre “Ley Incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística”, creada el 12 de mayo de 2010 o CST (Certification for Sustainable Tourism)?

A pesar que esta ley es relativamente nueva, se puede confirmar que la misma ha tenido buena difusión y aceptación dentro del sector hotelero, ya que la mayoría manifestó el conocimiento de esta ley y cómo los puede beneficiar mediante su implementación. Cabe resaltar que algunos a pesar de conocer la ley de la República no la tenían implementada; entre las razones más frecuentes dadas se encuentran los altos costos que implica el adoptar todas las medidas para formar parte del programa, otros mostraron una falta de interés debido a que la misma no es de acatamiento obligatorio y, por último, muchos hoteles no tienen como público meta el turismo que busca lugares auto sostenibles.

Conclusiones

Después de la recolección y análisis de la información extraída de las entrevistas, se puede señalar que la Responsabilidad Social Empresarial ha ganado adeptos en los últimos años, pasando a formar una parte importante de los programas empresariales que se desarrollan en la actualidad. Se puede destacar al Gobierno costarricense como principal impulsor de esta corriente, siendo el primero en el área centroamericana que creará todo un marco regulador de este tema para el sector turístico.

La realización de este artículo deja una definición de las prácticas de RSE más comunes dentro del sector, donde se abarcan áreas como la ambiental (principal fuente de explotación del turismo costarricense) hasta lo económico y social.

Se destaca la importancia que la industria hotelera le otorga al tema, donde se pudo constatar que se busca beneficiar a las comunidades aledañas de la actividad económica que desarrollan los hoteles, sin dejar de lado los beneficios tangibles e intangibles que puedan recibir de la implementación de estos programas como se evaluó con anterioridad.

A través de este estudio se pudo descartar la idea que se planteaba al inicio del documento, donde se señalaba que el sector enfocaba sus programas de Responsabilidad Social en lo ambiental, si bien se pudieron encontrar algunos con este enfoque, no fue la suficiente cantidad para poder confirmar esta afirmación.

Para finalizar y como criterio muy personal, el tema de Responsabilidad Social en Costa Rica es relativamente nuevo, al menos en el marco regulatorio planteado en la ley número 8811, por lo que hace falta mucho camino por recorrer para que el concepto y sus beneficios se propaguen a través de todos los sectores industriales de manera

que más empresas se animen a implementar estos programas por el bien de toda la población costarricense.

Anexos

Fecha: _____ Hora: _____ Número de entrevista: _____

Lugar: _____

Entrevistador: _____

Entrevistado (a): _____

Introducción: La presente entrevista tiene como objetivo principal el determinar las maneras más utilizadas de contribución en programas de Responsabilidad Social Empresarial del sector hotelero de la gran área metropolitana, mediante la aplicación de una entrevista con siete preguntas abiertas donde los entrevistados puedan desarrollar sus respuestas de la manera más clara y concisa brindando un panorama general del estado sobre los programas de responsabilidad social empresarial en su representada y su conocimiento sobre los mismos.

El motivo de su elección radica en la importancia que tiene el sector hotelero en la economía nacional, donde forman parte importante del sector turístico costarricense, el cual aporta casi el 5% del producto interno bruto del país.

La utilización de los datos será con propósitos estrictamente académicos, los mismos serán tratados con alta confidencialidad protegiendo los intereses de las empresas abordadas durante el período de recolección de datos.

La entrevista tiene una duración aproximada de quince a veinte minutos, por lo que su ayuda con la misma es altamente apreciada.

Preguntas

1. ¿Cuenta en la actualidad la empresa donde usted labora con programas de Responsabilidad Social? Si su respuesta es negativa, indique porqué.
2. ¿Qué áreas (social, económica o ambiental) beneficia su empresa con estos programas? Ejemplifique.
3. ¿Cada cuánto la empresa donde labora desarrolla este tipo de programas? Destaque el último desarrollado
4. Según su experiencia en el campo y partiendo que el objetivo primordial que busca la Responsabilidad Social Empresarial es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental del medio donde operan, ¿cómo considera que se beneficia la población costarricense de los programas que desarrollan en la empresa donde labora? Dé ejemplos.
5. ¿Cree que el establecimiento de estos programas de RSE favorecen o traen beneficios a las empresas que los aplican? ¿Por qué?
6. ¿Qué beneficios puede usted enumerar que ha traído la puesta en marcha de prácticas de RSE en la empresa donde labora?
7. ¿Conoce usted la ley de la república número 8811 de nombre “Ley Incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística” creada el 12 de mayo de 2010 o CST (Certification for Sustainable Tourism)?

Observaciones:

Agradecimiento:

De la manera más atenta se le hace expreso el agradecimiento por tomar el tiempo para la realización de esta encuesta como parte de una investigación llevada a cabo como parte del trabajo final de graduación del grado de licenciatura de la carrera Administración de Empresas con énfasis en Finanzas de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT).

Cordialmente,

Jason Arias Quirós

Estudiante de Administración de Empresas

Cédula: 1-1297-0526

Referencias bibliográficas

- Asociación Empresarial para el desarrollo. (2013). *Historia de la RSE en Costa Rica*. Recuperado de <http://www.aedcr.com/subsection.php?id=48§ion=rse>
- Avendaño C., W. R. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. (Spanish). *Revista Lasallista de Investigación*, 10(1), 152-163.
- Camacho Sandoval, A. C. (2013). Empresas costarricenses implementan programas de RSE desde la casa. *El Financiero*. Recuperado de http://www.elfinancierocr.com/negocios/RSE-Programa_Cero_Pobreza_Extremas-empresas-AED_0_270572982.html
- Casado Cañeque, F., Viñuelas, V., y Jáuregui, R. (2006). *La RSE ante el espejo: carencias, complejos y expectativas de la empresa responsable en el siglo XXI*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- De La Cuesta González, M. y Valor Martínez, C. (2003). Responsabilidad social de la empresa: concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín Económico de ICE*. (2755).
- Deloitte. (2013). *Costa Rica innova con la ley de responsabilidad social Corporativa en Turismo*. Recuperado de http://www.deloitte.com/assets/DcomCostaRica/Local%20Assets/Deloitte%20en%20Medios/2010/1006/100618-cr_CR_innova_con_ley_de_RSC_en_Turismo.pdf

- Ley #8811. (2010). *Incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística*. Publicada en La Gaceta #119.
- PYMES Costa Rica. (2013). *Ejes de la RSE*. Recuperado de: <http://www.pyme.go.cr/pymecr6.php?id=2>