



Progreso social en la Marca País Esencial Costa Rica

Roger Forbes Álvarez
CEGESTI

Una marca país es una herramienta comercial para la competitividad integral del país. Se apoya en la "imagen país", con la voluntad de construir o proteger la reputación internacional del país en cuestión y su imagen externa. Esto permite que, dentro del ambiente de competencia internacional entre países, aquellos que generen marcas efectivas puedan atraer inversión y turismo y, a la vez, diferenciar sus productos y servicios en el mercado global.

Desde setiembre 2013, Costa Rica cuenta con su marca Esencial COSTA RICA. El mensaje central de la marca país es que Costa Rica concentra, posee, potencia y cuida aquello que es clave para el futuro: biodiversidad, belleza natural única, calidad, talento humano especializado, innovación, una ubicación privilegiada, valor agregado en sus productos y profesionales. La esencia es el componente transversal que cruza todos los activos que presenta la marca donde se encuentra el verdadero valor del país, y esta es su gente.

Según su guía de licenciamiento (PROCOMER, 2013), todos los usuarios de la marca deben ser fieles representantes de los valores de esta. Los valores son las acciones empresariales alineadas con la excelencia, el progreso social, la sostenibilidad, la innovación y el origen, las cuales deben ser evaluadas en las organizaciones candidatas a utilizar la marca contra indicadores específicos de desempeño y según las buenas prácticas de auditoría de sistemas de gestión.

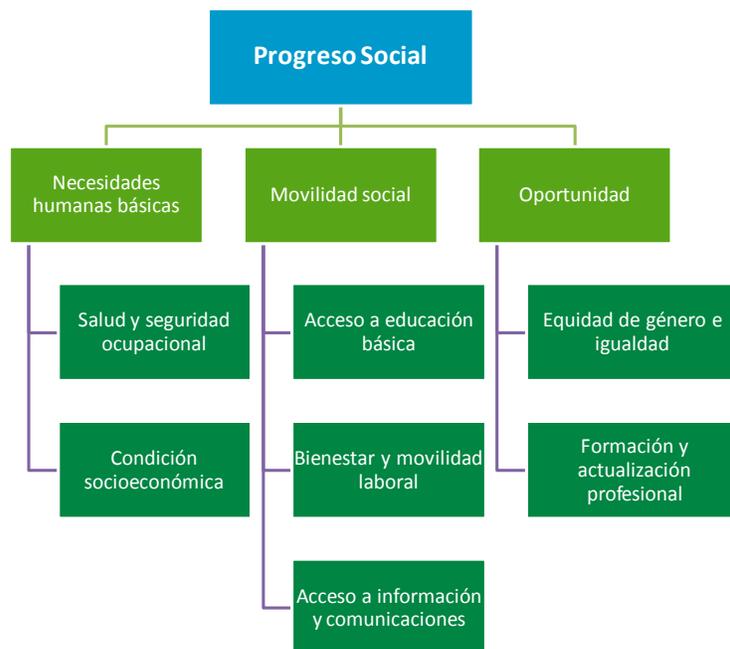
La evaluación es realizada por evaluadores certificados. Este aspecto, de evaluación basada en las buenas prácticas de normalización y sistemas de gestión, es un diferenciador clave de la marca país Esencial COSTA RICA en relación con otras marcas del mundo: motiva realmente a las

empresas a demostrar prácticas para tener derecho a la marca.

Para las organizaciones que cuentan con sistemas de gestión, es habitual evaluar aspectos de calidad, ambiente o seguridad ocupacional, por lo que valores como la excelencia o la sostenibilidad resultan naturales para ser evaluados en el proceso de licenciamiento. Sin embargo, la visión de desarrollo sostenible que contempla la marca ha llevado también a incluir componentes sociales que deben demostrarse como implementados por la organización candidata a tener el distintivo. Dado que en general las empresas cuentan con menor experiencia en la incorporación de elementos de gestión social en sus operaciones, el presente artículo explora los elementos básicos de los requisitos de marca país que deben ser cubiertos por la empresa, a fin de contribuir a divulgar los alcances de esta dimensión en el sector empresarial costarricense.

El progreso social es uno de los cinco valores de la marca país, y se define como "la capacidad de las organizaciones de catapultar la satisfacción de las necesidades básicas de sus colaboradores, así como brindar adecuadas plataformas de bienestar y desarrollo para que su talento humano logre mejorar su calidad de vida y llegue a su máximo potencial profesional y personal" (Esencial Costa Rica: Guía de Licenciamiento, PROCOMER, 2013). Como se observa en la Figura 1, este valor está estructurado en tres componentes: necesidades humanas básicas, movilidad social y oportunidades.

Figura 1: Progreso social en la marca país. Se muestran los tres componentes el valor en verde claro, y sus requisitos respectivos en verde oscuro.



El componente de necesidades humanas está alineado con derechos humanos fundamentales tales como la alimentación, la salud, la vivienda y la seguridad por parte de los trabajadores y sus familias. Está conformado por todos los requisitos: salud y seguridad ocupacional y condición socioeconómica.

Por medio de los indicadores de salud y seguridad ocupacional se busca que la organización identifique sus peligros, los evalúe y controle los riesgos, así como que mantenga condiciones salubres en sus instalaciones y acceso a agua potable para sus trabajadores. Estos elementos son consistentes con normas como *INTE/OHSAS 18001: Sistemas de gestión de la salud y seguridad ocupacional*, pero la marca agrega elementos propios como la necesidad de asegurar atención sanitaria, oportuna, aceptable, asequible y de calidad satisfactoria por parte de la empresa a sus trabajadores, en línea con el derecho a la salud de la Organización Mundial de la Salud. Igualmente, es explícita en el tema de espacios accesibles a personas con discapacidad, en sintonía con la ley 7600. También, se requiere que las jornadas laborales cumplan con el marco legal del país y que los trabajadores se encuentren asegurados con la Caja Costarricense de Seguro Social.

En materia de condición socioeconómica, la marca espera que la organización sea un actor proactivo en la lucha contra

la pobreza, empezando por identificar si dentro de sus colaboradores hay personas en condición de pobreza o pobreza extrema. La marca país hace conciencia de que esta condición caracterizada por una privación de necesidades humanas básicas (incluyendo alimentos, agua potable, instalaciones sanitarias, salud, vivienda, educación e información, entre otros) puede ser apoyada por las empresas por medio de la implementación de medidas de mitigación, así como con el respeto a parámetros legales como el pago de salarios de ley y el cumplimiento de la reglamentación tanto en tiempo, como en voluntariedad y dinero de las horas extra.

El componente de movilidad social se enfoca en la posibilidad que tienen las personas para subir o bajar de posición en la escala de bienestar socioeconómico. Está alineado con los derechos humanos fundamentales que establecen el derecho de las personas a desarrollarse. Está conformada por tres requisitos: acceso a la educación básica, bienestar y movilidad laboral, y acceso a información y comunicaciones.

Los indicadores de acceso a la educación promueven la identificación sistemática de niveles de escolaridad en los trabajadores y el desarrollo de acciones para favorecer el acceso a la educación (o a completar la misma), tanto desde la alfabetización, como en los niveles primarios y

secundarios. El requisito de bienestar y movilidad laboral busca que las organizaciones cumplan con los derechos laborales básicos expresados en la Declaración de Derechos Fundamentales en el Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo de 1998. Estos son: la no discriminación, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación del trabajo forzado así como la libertad de asociación y negociación colectiva. Favorece, además, la cooperación y desarrollo social por medio del solidarismo y el cooperativismo, el desarrollo de las personas colaboradoras por medio de la capacitación u otras acciones para su crecimiento dentro de la organización y el balance de vida laboral, familiar y personal. Finalmente, el acceso a información y comunicaciones es un indicador basado en el índice de progreso social (ver <http://www.socialprogressimperative.org/es/data/spi>) que busca que las empresas faciliten el acceso a internet y otras tecnologías como fuente de conocimiento para sus empleados.

El último componente está relacionado con oportunidades. Incluye dos requisitos: igualdad de género, y formación y actualización profesional.

La marca país comprende que todas las sociedades asignan roles de género a hombres y mujeres en su diversidad; que estos a veces pueden contribuir a la discriminación de las personas; y que, de igual forma, pueden limitar a las empresas en relación a la gestión de su talento humano. El enfoque del requisito requiere el establecimiento de una política de no discriminación por etnia, religión, orientación sexual, ideología, edad, sexo, estado civil, discapacidad, entre otras características. Igualmente requiere de políticas contra el acoso sexual y laboral. Basado en las políticas, es necesario que los procedimientos y prácticas en materia de la gestión de las personas no cuenten con elementos discriminatorios, lo cual se revisa en las evaluaciones. Por su parte, el requisito de formación y actualización profesional busca que las empresas cuenten con mecanismos que apoyen a que sus colaboradores continúen con estudios técnicos o superiores.

En conclusión, el valor de progreso social reconoce los esfuerzos que llevan a cabo empresas con certificaciones como INTE/OHSAS 18001 (sistemas de gestión de la salud y seguridad ocupacional), SA 8000 (sistemas de gestión de rendición de cuentas social) o INTE 350101 (sistemas de gestión de responsabilidad social), es decir, empresas que están habituadas a implementar acciones de promoción, cumplimiento y fortalecimiento de los derechos humanos en su operación, dados los requisitos de estas normas. De

hecho, se cuenta con mecanismos de homologación de la marca país con estas normas. Sin embargo, y de mayor importancia, dado que en la mayoría de empresas no cuenta con estos sistemas, brinda una estructura clara de cumplimiento para que la empresa descubra en los derechos humanos un eje de mejora empresarial sostenible y gestionable como parte de sus estrategias de competitividad, llevando el tema desde un nivel generalmente categorizado como no empresarial y desconocido, a ser un activo clave de éxito de negocio.

Referencias

- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica [PROCOMER]. (2013) "Esencial COSTA RICA: Guía de Licenciamiento".
- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica [PROCOMER]. (2013) "Reglamento de uso de la marca país Costa Rica".
- CEGESTI. 2014. "Curso Evaluadores Marca País Esencial Costa Rica". Curso oficial para evaluadores impartido para PROCOMER. San José, Costa Rica.
- Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica. 2013. "Sistemas de gestión de igualdad y de género. Requisitos". San José, Costa Rica: INTECO.
- Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica. 2009. "Sistemas de gestión de salud y seguridad ocupacional. Requisitos: INTE/OHSAS 18001". San José, Costa Rica: INTECO.

Éxito Empresarial

Es una publicación periódica de CEGESTI.
Puede seguir este boletín en



Para leer los artículos publicados anteriormente,
visite: www.publicaciones.cegesti.org