

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON
MENCIÓN EN GERENCIA**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA UNA PYME DE
TECNOLOGÍA EN EL CANTÓN DE MORAVIA PARA
EL 2025**

**MODALIDAD
PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**POSTULANTE
VIVIANA MARCELA GONZÁLEZ MORALES**

**TUTOR
MARCO BETANCOURT**

**SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ
FEBRERO, 2025**

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	7
RESUMEN.....	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
Planteamiento de Problema.....	13
Objetivos	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos	14
Antecedentes	14
Antecedentes Internacionales	14
Antecedentes Nacionales	16
Alcances y Limitaciones	19
Alcances.....	19
Limitaciones	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	19
Planeamiento Estratégico	20
Estrategia Empresarial.....	20
Elementos del plan estratégico.....	20
Responsabilidad Social Empresarial	24
Sostenibilidad.....	25
Áreas de Enfoque	26
Características	27
Beneficios.....	29
Las partes interesadas o Stakeholders	31
Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)	33
La Responsabilidad Social Empresarial y su relación con las Pymes.....	34
Políticas e iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial y las pymes	35
Generalidades del cantón de Moravia	36
Informe Cantonal.....	37
Problemática del cantón de Moravia.....	40
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	48
Enfoque de la investigación	48
Diseño de la investigación.....	49

Muestra de la investigación.....	50
Instrumento.....	51
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos	54
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	56
Análisis de la situación.....	56
Variable No. 1: Problemática Social	58
Variable No. 2: Necesidades y Expectativas.....	60
Stakeholders Internos	61
Stackeholders externos	61
Variable No. 3: Acciones correspondientes	63
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
Variable No.1 Problemática Social	64
Variable No.2 Necesidades y expectativas	65
Variable No.3 Acciones correspondientes	66
CAPÍTULO VI: LA PROPUESTA.....	66
Resumen Ejecutivo.....	66
Introducción	67
Mapa Estratégico.....	68
Contexto de la empresa:	68
Importancia de la RSE para la organización	70
Estrategia Corporativa	70
Análisis de situación.....	71
Análisis PESTEL.....	72
Análisis FODA	72
Análisis CAME.....	73
Análisis de Stakeholders.....	74
Misión y Visión de la RSE.....	75
Objetivos estratégicos de la RSE	76
Áreas de enfoque.....	76
Estrategias y acciones para cada área de enfoque	77
Descripción detallada de las iniciativas.....	78
Cronograma de implementación.....	81
Recursos Necesarios	82
Indicadores clave de desempeño en RSE.....	83

Métricas de progreso y éxito	83
Presupuesto.....	84
Asignación de recursos financieros	84
Estructura organizacional y responsabilidades	85
Plan de comunicación.....	86
Estrategias para comunicar las iniciativas de RSE interna y externamente	87
Gestión de riesgos	90
Identificación y mitigación de posibles riesgos.....	90
Plan de evaluación y mejora continua.....	91
Proceso para monitorear, evaluar y ajustar el plan	91
Alianzas y colaboraciones	92
Alianzas Estratégicas para apoyar las iniciativas de RSE	92
Conclusiones y recomendaciones.....	93
APÉNDICES	95

TABLAS

Tabla No. 1 Perfiles para la entrevista, según el grupo de interés	52
Tabla No. 2 Cuadro de variables de la investigación	55
Tabla No. 3 Información recopilada en las entrevistas según las variables por objetivo.....	56
Tabla No. 4 Clasificación de los grupos de interés o stakeholders	61
Tabla No. 5 Análisis PESTEL de la empresa AMP Solution	72
Tabla No. 6 Análisis FODA enfocado en RSE de la empresa AMP Solution	73
Tabla No. 7 Análisis de los stakeholders según influencia e interés.....	75
Tabla No. 8 Resumen de las estrategias y acciones según áreas de enfoque	80
Tabla No. 9 Cronograma de implementación	82
Tabla No. 10 Indicadores de gestión en RSE.....	84
Tabla No. 11 Presupuesto.....	85
Tabla No. 12 Responsables de las acciones por realizar para el plan de RSE	86
Tabla No. 13 Calendario de actividades de comunicación del plan de RSE	90
Tabla No. 14 Riesgos y estrategias de mitigación	91

FIGURAS

Figura No. 1 Análisis FODA.....	21
Figura No. 2 Análisis PESTEL	22
Figura No. 3 Las fuerzas de Porter.....	23
Figura No. 4 Análisis CAME.....	24
Figura No. 5 Áreas de enfoque.....	26
Figura No. 6 Principales grupos de interés	33
Figura No. 7 Orden en el proceso de formulación de las entrevistas.....	52
Figura No. 8 Proceso de recolección de datos a través de las entrevistas	54
Figura No. 9 Problemática social del cantón de Moravia según las respuestas de los entrevistados.....	59
Figura No. 10 Necesidades y expectativas de los grupos de interés según las respuestas de los entrevistados.....	62
Figura No. 11 Acciones propuestas según las respuestas de los entrevistados.....	64
Figura No. 12 Organigrama de AMP Solution	69
Figura No. 13 Objetivo general, estrategias, tácticas e indicadores.....	71
Figura No. 14 Análisis CAME enfocado a la RSE de la empresa AMP Solution	74
Figura No. 15 Principales funciones del puesto de encargado de relaciones corporativas	78
Figura No. 16 Ejemplo de boletín informativo mensual.....	88
Figura No. 17 Ejemplo de correo electrónico con boletín informativo.....	89

DEDICATORIA

A:

Primeramente, a Dios, por la oportunidad que me dio de conocerlo y por estar conmigo desde antes de mi concepción, porque me ha fortalecido el corazón, alma, mente y espíritu. Por haber puesto en mi camino a aquellas personas quienes han sido mi soporte y compañía.

A mi amado esposo, pues con su cariño y paciencia me demuestra día con día que me ama.

A mi familia: mamá, papá y mis hermanos por quererme mucho, creer en mí y porque siempre puedo contar con ellos.

A mis siempre hermosas sobrinas que llenan mis días de alegría: Sara y Esther

Y a todos aquellos familiares y amigos. Ustedes saben quiénes son.

RESUMEN

A continuación, se presenta la investigación: implementación de un programa de responsabilidad social para una pyme de tecnología en el cantón de Moravia para el 2025. Este estudio tiene como problemática principal cómo implementar un programa de responsabilidad social empresarial para las pymes de tecnología de Moravia para el 2025.

De esta manera, poder desarrollar el objetivo general: desarrollar un plan de responsabilidad social empresarial para la pyme AMP Solution ubicada en Moravia, para el período 2025, así como los objetivos específicos planteados, los cuales son determinar la problemática social del cantón de Moravia con un enfoque remedial a través de un plan de Responsabilidad Social Empresarial, identificar a través de un estudio de mercado dirigido a los stakeholders, cuáles son las expectativas y necesidades, con el fin de que el plan de responsabilidad social empresarial tenga relevancia e impacto positivo y establecer las acciones correspondientes desde el ámbito de especialización de la empresa para la resolución de los problemas identificados.

En esta investigación, se establecieron las siguientes tres variables: la problemática social, las necesidades y expectativas de los stakeholders y las acciones correspondientes. Para estas variables se determina indicadores, estos se exploran a través de la teoría del marco teórico.

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo, con un diseño no experimental, a su vez es transversal descriptivo. Se utiliza como instrumento de recolección de información la entrevista, aplicada a una muestra no probabilística, con criterios de selección por oportunidad y conveniencia, a ocho representantes de los grupos de interés de la empresa.

En el análisis de datos, la investigación se enfoca en conocer y describir el conocimiento que tienen los individuos acerca de la problemática socioeconómica y ambiental del cantón de Moravia, las necesidades y expectativas de estos grupos de interés, además de las acciones correspondientes que proponen para temas de sostenibilidad, recopilando las principales opiniones a través de preguntas abiertas y así poder entender hasta dónde llega el conocimiento de estos tópicos.

Para concluir, los stakeholders poseen características las cuales los clasifican según el nivel de influencia e interés, tienen el conocimiento para ser parte de los planes de implementación en responsabilidad social. Los individuos tienen conciencia de las principales problemáticas sociales.

Dicho lo anterior, se recomienda poner en práctica la propuesta de responsabilidad social empresarial, inclusive si la empresa se considera como pyme y sea pionera entre su categoría en cuanto a generar impacto positivo a su comunidad.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Este capítulo es fundamental, pues el lector va a empezar a introducirse al trabajo de investigación, conociendo más a fondo el problema deseado de estudiar y tener un contexto general relacionado con los objetivos planteados, tanto específicos como el general. También, el lector conoce cuáles son los principales antecedentes nacionales e internacionales en relación con el objeto de estudio. Durante esta sección también se conoce los alcances y limitaciones de la investigación.

La responsabilidad social empresarial es de relevancia hoy en día, pues según Camargo (2021):

La sociedad está requiriendo de un modelo de gestión empresarial que tome en consideración, por un lado, las dimensiones sociales y medioambientales de sus actuaciones, y por otro, los intereses de sus grupos de interés o stakeholders. La aplicación y la gestión de la RSE dependerá de las particularidades de la empresa, así como de la visión de la gerencia quienes la promuevan, además, se deberá considerar sus objetivos a los fines de definir su gestión, hecho que requiere la participación de sus stakeholders tanto en las decisiones estratégicas como en el proceso productivo. (p.1)

En este contexto la pequeña y mediana empresa no está exenta de realizar aportes significativos a la sociedad, según menciona Hernández (2022):

Para las empresas, desde los más pequeños emprendimientos hasta las grandes compañías, la responsabilidad debe ser un código de conducta ético intrínseco a su modelo de negocios. Entenderlo así le permite a las empresas y emprendimientos ir más allá de la responsabilidad social para asumir una conducta empresarial responsable, bajo un enfoque de derechos humanos. Esto implica reconocer que el éxito de una empresa no solo depende de su fin lucrativo, sino también de incorporar la responsabilidad a la columna vertebral del modelo de negocios, cumpliendo con las reglas y colaborando a crear un ambiente que favorezca su crecimiento y el de su comunidad. (p.4)

Esta investigación pretende realizar una propuesta de un plan de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa AMP Solutions, ubicada en el cantón de Moravia. Dicha empresa está clasificada como pyme ante el Ministerio de Economía, Industria y Comercio en Costa Rica.

Para llevar a cabo dicha actividad es necesario realizar un estudio de mercado entre las principales partes interesadas, con el fin de conocer las necesidades y expectativas prioritarias en términos de responsabilidad Social.

Como menciona la ONU (2024):

Actualmente, la Responsabilidad Social Empresarial se ha vuelto un factor muy importante para todo tipo de empresa, inclusive las pymes, que a pesar de sus limitaciones no quedan exentas del su valioso aporte dentro de las problemáticas sociales cantonales.

También dice, a través de sus 10 Principios del Pacto Mundial y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) insta a las pymes de todo el mundo a involucrarse en temas referentes a la sostenibilidad, invitándolos a conocer cada uno de estos principios y objetivos para luego incorporarlos a la estrategia empresarial y que formen parte de los objetivos a mediano y largo plazo de la empresa. Esto permite educar a todos los colaboradores y partes interesadas para que de esta forma puedan materializarse todos los esfuerzos y contribuir al desarrollo de la comunidad. Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2024)

Según Reyno (2020):

Se debe desmitificar que se es socialmente responsable solo por destinar fondos a actividades sociales o a causas benéficas. La RSE se está transformando, de manera creciente, en una variable competitiva de reconocimiento mundial. Se trata de un factor de éxito en los negocios, que se conjuga con el compromiso ético de la empresa moderna con la sociedad.

La conducción socialmente responsable de una empresa genera decisiones de negocios mejor informadas; construye fidelidad; enriquece la imagen corporativa y de marca. Cada vez más, los clientes y la sociedad en general esperan, e incluso exigen, que las

empresas jueguen un rol importante en el desarrollo y aumento de la calidad de vida de sus trabajadores, de su comunidad y del país. (p.10)

Campos y Bermúdez (2020) afirman “actualmente muchos países están amparados a criterios comerciales relacionados con la sostenibilidad y las prácticas amigables con el ambiente. Esto implica que quienes fomenten y desarrollen dichas prácticas pueden lograr un trato preferencial, diferenciado, en el momento de hacer negocios. La sostenibilidad tiene como objetivo asegurar el éxito de los negocios en el largo plazo por medio de procesos de desarrollo económico, social y ambiental.” (párr. 2)

Villagra (2024), directora ejecutiva de Fundación Construyendo Sonrisas, organización especializada en RSE y Sostenibilidad, afirma:

La aplicación de la RSE en las pymes se da de una forma mucho más natural. Esto porque si se generan acciones desde el inicio de las operaciones de la empresa se irá creando esa cultura a nivel interno, la cual irá creciendo conforme se fortalezcan también las operaciones de la pyme.

También recalca que lo primero es ser conscientes de que la Responsabilidad Social Empresarial no comprende únicamente realizar donaciones, por ejemplo; sino que abarca mucho más allá. Precisamente, la RSE pide tomar en cuenta a diversos públicos de interés o Stakeholders en donde la empresa debería generar acciones e impactos positivos. Estos son: Comunidad, Colaboradores, Proveedores, Clientes, Gobierno, Propietarios, Accionistas, y Medios de Comunicación.

Continúa diciendo que las pymes pueden implementar un programa de responsabilidad social empresarial (RSE) en varios ámbitos, adaptando sus esfuerzos a su tamaño y recursos, así como tomando en cuenta la opinión de los grupos de interés. Aquí se mencionan, como ejemplo, algunos de los ámbitos donde una pyme podría involucrarse:

Medio ambiente: la empresa puede minimizar su impacto medioambiental a través de acciones sostenibles, como la gestión adecuada de residuos, la reducción del consumo energético, la disminución de plásticos u otros materiales contaminantes También puede optar por realizar programas de reciclaje de residuos.

Apoyo a las principales problemáticas del cantón: se logra a través de la colaboración con las distintas organizaciones comunitarias, apoyar eventos locales, vender

productos o servicios a precios especiales para sectores vulnerables, emplear a personas de la comunidad, entre otros, son maneras en que la pyme puede contribuir al bienestar local.

Condiciones laborales: realizar mejoras al ambiente laboral y otorgar condiciones justas y seguras para los colaboradores es una de las formas más efectivas de ejercer la responsabilidad social empresarial. Como ejemplos se puede mencionar los salarios justos, programas de capacitación, beneficios adicionales y políticas de inclusión y diversidad.

Ética en las prácticas comerciales: La pyme puede optar por proveedores éticos y de comercio justo, impulsando prácticas que apoyen a pequeños comercios o productores o promoviendo acciones para evitar la explotación laboral. También puede comprometerse a no incurrir en prácticas engañosas con sus clientes.

Educación y capacitación: La empresa puede llevar a cabo talleres, capacitaciones o programas de mentoría dirigidos a las comunidades más vulnerables en áreas como habilidades digitales, emprendimiento, educación financiera y sostenibilidad.

Salud y bienestar: llevar a cabo acciones en pro de salud y bienestar para las comunidades, brindando acceso a programas de prevención y promoción de la salud, también contribuyendo con medidas para mejorar el equilibrio entre la vida laboral y personal.

Innovación social: Desarrollar productos o servicios con un impacto positivo en la sociedad, buscando diversas formas de hacer que el producto o servicio sea más accesible a comunidades desfavorecidas. Las pymes pueden tener un enfoque innovador en el diseño y entrega de sus productos que aporten un valor social. (p.6)

Las pymes que participen en estos ámbitos, pueden generar un impacto positivo tanto en su comunidad, como en su propio crecimiento, robusteciendo su reputación y consolidando relaciones de confianza con los grupos de interés.

Cabe mencionar esta investigación se divide en capítulos, los cuales dan a conocer diversos aspectos del proceso investigativo del presente proyecto:

- Capítulo I: está compuesto por el planteamiento del problema, así como la introducción, justificación, se hace mención del objetivo general y de los específicos, también del

problema de la investigación y los antecedentes del tema en tesis tanto nacionales como internacionales y sus proyecciones.

- Capítulo II: comprende de la definición del marco teórico, donde se puede identificar las variables de la investigación.
- Capítulo III: formado por el marco metodológico, presenta la referencia del objeto de estudio, con la misión, visión e historia de la entidad. Se expone el enfoque de la investigación y sus respectivas características.
- Capítulo IV: en esta parte se ubica el análisis e interpretación de los datos, se detalla cada afirmación recolectada en la entrevista y se grafica la interpretación. Este capítulo es muy relevante en cuanto evidencia la investigación por realizar.
- Capítulo V: se analiza las conclusiones y recomendaciones, es importante porque se especifica lo hallazgos en todas las observaciones realizadas y posibles recomendaciones para el problema de investigación.
- Capítulo VI: aquí se incluye la propuesta. Uno de los objetivos de la presente investigación es entregar un modelo de plan de responsabilidad social empresarial, en este punto se puede realizar su lectura y análisis, como herramienta que puede ser utilizada dentro del plan estratégico de la empresa.

Planteamiento de Problema

Esta investigación obedece a que en la actualidad se cree popularmente la responsabilidad social empresarial es un tema para los gobiernos y grandes corporaciones privadas, dejando de lado la fuerza productiva que tienen las pymes, en especial en Costa Rica, donde el Ministerio de Economía, Industria y Comercio ha reportado “411.000 pymes a enero del 2024 esto equivale al 47% del total de la fuerza laboral”. Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC, 2024)

Por otro lado, las pymes no pueden llevar a cabo programas de responsabilidad social por no contar con presupuestos destinados para este fin, también porque no tienen personal capacitado en este tema o simplemente no tienen toda la información concerniente a él, en consecuencia, sus planes estratégicos no contienen un programa de RSE.

Sin embargo, es importante mencionar las pymes constituyen un factor muy importante dentro de la sociedad, por tanto, el aporte que podrían realizar a las comunidades a través de un plan de RSE podría ser destacable, con mucha más razón si se trata de contribuir a los sectores más vulnerables y las problemáticas más perjudiciales para los cantones.

Esta investigación no pretende obtener un beneficio personal, sino, al terminar la propuesta se busca realizar un aporte a la gestión estratégica de la empresa, plasmar una colaboración con lo aprendido durante la formación educativa y llevar una posible solución para minimizar alguna problemática del cantón y crear un valor agregado a la empresa y los grupos de interés.

Desde una perspectiva más general, la presente investigación podría colaborar no solo con la empresa AMP Solution, sino con cualquier otra empresa de características similares, la cual desee poner en práctica un plan de RSE y no cuente con todos los recursos necesarios para realizarlo. Esta investigación podría ser una guía útil.

Por todo lo anterior, ¿cómo implementar un programa de responsabilidad social empresarial para las pymes de tecnología de Moravia para el 2025?

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar de un plan de responsabilidad social empresarial para la pyme AMP Solution ubicada en Moravia, para el período 2025

Objetivos Específicos

- Determinar la problemática social del cantón de Moravia con un enfoque remedial a través de un plan de Responsabilidad Social Empresarial
- Identificar a través de un estudio de mercado dirigido a los stakeholders, cuáles son las expectativas y necesidades, con el fin de que el plan de responsabilidad social empresarial tenga relevancia e impacto positivo.
- Establecer las acciones correspondientes desde el ámbito de especialización de la empresa para la resolución de los problemas identificados.

Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Entre las investigaciones internacionales consultadas, está la elaborada por Dorantes et al. (2020), quienes, desde México, realizaron una investigación cuyo objetivo general fue identificar los factores de responsabilidad social, con los que la planificación estratégica pueda desarrollar estrategias que hagan a las PYMES socialmente responsables. Metodológicamente la investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo. Para obtener los resultados

se desarrolló como técnica de recolección de datos una encuesta plasmada en un cuestionario con 28 ítems, aplicado a una muestra de 43 empresas PYMES.

Dentro de los resultados arrojados en esta investigación se destaca, la responsabilidad social empresarial de las organizaciones está siendo tomada en cuenta por aquellos grupos de interés que tienen alguna influencia respecto de la posibilidad de colocarse en un mercado, por ello, los gerentes de las empresas ya tienen claro que a la hora de desarrollar su planificación estratégica este es un indicador por tomar en cuenta y, no solo la responsabilidad social que ella tenga sobre el entorno externo, sino también sobre el entorno interno, pues cuando una empresa es socialmente responsable lo será hacia el interior y no solo hacia el exterior. En conclusión, es importante mencionar que pudieron identificar los factores que más manejan las PYMES mexicanas son la ecología organizacional y la aplicación de las medidas medioambientales. También se aporta a la investigación lo siguiente: en las PYMES mexicanas, desarrollar estrategias de responsabilidades sobre las personas y responsabilidades sobre la organización de la dimensión interna, para factores como comunidades locales y socios comerciales, proveedores y consumidores. De los factores de la responsabilidad social externa, va a afianzar la reputación que tienen entre sus clientes y socios comerciales, además se garantiza alcancen un nivel de competitividad el cual les haría ganar no solo clientes, sino también mercados y por supuesto, ser reconocidos como empresas responsables.

Además, se analiza la investigación realizada por Holguín et al. (2020) quienes dentro de su objetivo general externan “analizar en qué grado se encuentra la práctica de la RSE en pymes de Guayaquil, Ecuador”. Este grupo de estudiantes utilizó una metodología de campo y documental, donde se empleó como técnica de recolección de datos, la encuesta y como instrumento, el cuestionario. Se realizó un muestreo intencional en las pymes de Guayaquil, seleccionando 210 pertenecientes a ocho sectores. Los resultados mostraron el conocimiento y la ejecución de la RSE son mínimos, debido al costo que conlleva y porque no se considera necesario en el giro de los negocios. Por otro lado, se encontró la vinculación con la comunidad y las donaciones en situaciones de emergencia fueron los procesos que las pymes consideran de mayor impacto en la gestión social empresarial. Se concluyó las prácticas de RSE en la muestra seleccionada de pymes aún se halla en fase desarrollo. Además, se concluye, para fomentar la consolidación de RSE es necesario sumar esfuerzos entre el sector público y organizaciones civiles a través del establecimiento de políticas eficientes.

Otro de los aportes internacionales, se encuentra en el trabajo de investigación efectuado por Torres et al. (2020), ellos son de Colombia y su objetivo general fue “estudiar diferentes teorías organizacionales relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)”.

Los principales aportes de esta investigación arrojan las pequeñas y medianas empresas se deben apropiarse y concientizar de la importancia de la implementación de la RSE, al ser una puerta que permite la inmersión frente a sus clientes y grupos de interés, generando una sinergia la cual traerá como resultados fidelización y crecimiento, además de contribuir con los cuidados ambientales y aportes en el campo social, permitiendo a las PYMES trabajar de manera transparente, fortaleciendo la ética empresarial, la cual debe estar contemplada en el actuar de las actividades comerciales. Por otro lado destaca la responsabilidad social empresarial afecta la marca corporativa y a su gestión, pese a la importancia que esta conlleva, no ha recibido la suficiente atención por parte de las organizaciones, ni por parte de los académicos, toda vez que siempre se cataloga el éxito de las empresas por su estabilidad financiera, sin embargo, desde el punto de vista social y ambiental existen muchos aspectos en los cuales las empresas pueden tomar partido y gestionar de esta manera la notoriedad de su marca.

A manera de conclusión, esta investigación indica las prácticas de RSE se convierten en herramientas para el desarrollo económico de la empresa, pues permiten generar acciones de beneficio directas a los grupos de interés, además de dar cumplimiento a lo demandado por el marco normativo, logrando un efecto simbiótico, en donde todos los actores resultan beneficiados.

Antecedentes Nacionales

En el ámbito nacional, se consultó la investigación realizada por Jiménez (2024) perteneciente a la Universidad Internacional de las Américas, su proyecto de graduación fue el desarrollo del plan de responsabilidad social de la empresa Zimmer Biomet para el periodo de febrero a agosto 2025, cuyo objetivo general consistió en desarrollar el plan de responsabilidad social de la empresa Zimmer Biomet en Costa Rica, para el periodo de febrero a agosto 2025. Dentro de los principales hallazgos se puede mencionar, respecto de la dimensión económica, se establece por primera vez un vínculo con la Fundación Zimmer Biomet, para poder contemplar a Costa Rica dentro de las poblaciones beneficiadas con las donaciones y ayudas económicas de la fundación, en caso de alguna emergencia o situación que lo justifique.

Por otro lado, se identifica, en la dimensión social el trabajo desempeñado es el más amplio

en comparación con las otras dimensiones. Por un lado, se comienza con la implementación local del Programa Well-being para todos sus empleados, con actividades mensuales calendarizadas para esparcimiento, recreación y/o actividad física moderada, el envío de mensajes relacionados con la salud física, mental, emocional, social y otras, así como la facilitación de talleres y charlas lideradas por expertos en algunas materias relacionadas, ya sea en sincronía con iniciativas corporativas -cuando corresponda- o en celebraciones locales. Además, se implementa algunas acciones correctivas y preventivas en materia de Seguridad y Salud Ocupacional, mientras otras de menor prioridad, quedan plasmadas para llevarlas a cabo en el mediano y largo plazo. Estas actividades incluyen colaboraciones y voluntariados con algunas organizaciones no gubernamentales con enfoque sociocultural, reconocidas por la Fundación Zimmer Biomet en el Giving Center, de manera tal, también puedan recibir donaciones económicas haciendo uso de las herramientas de esta plataforma.

Para concluir, en la dimensión ecológica interna se realiza el relanzamiento del Programa de Manejo Adecuado de Desechos, implementado por primera vez en 2019 y, descontinuado durante el 2020. De esta manera todas las acciones derivan de los hallazgos acopiados por el Comité de Responsabilidad Social Empresarial de Zimmer Biomet en Costa Rica, de manera que logren satisfacer necesidades específicas de los grupos de interés.

Como parte de las investigaciones realizadas a nivel nacional, destaca Inneken (2023) de la Universidad Internacional de las Américas y su trabajo final de graduación llamado “Análisis de la percepción y conocimiento que tiene los colaboradores del programa de responsabilidad social corporativo de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica durante el segundo cuatrimestre del año 2023”, cuyo objetivo general fue analizar la percepción y el conocimiento que tienen los colaboradores del programa de Responsabilidad Social Corporativo de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica durante el segundo cuatrimestre del año 2023. Utilizando un enfoque cualitativo, se puede extraer las siguientes conclusiones: la mayoría de los colaboradores relacionan la responsabilidad social con el medio ambiente, derechos y sostenibilidad, mientras algunos también lo relacionan con valores y ética. Se desprende también que de las prácticas internas, las cuales tiene la empresa de la Responsabilidad Social, hay un mayor conocimiento de las iniciativas de diversidad, inclusión y equidad de género, campañas de reciclaje y de las actividades durante la semana de salud, por ser las prácticas más recientes realizadas en la empresa con charlas y donaciones. Y concluye diciendo que muchos colaboradores no conocen los

programas de Responsabilidad Social de la empresa debido a la falta de participación y comunicación. La mayoría de los colaboradores conocen de los comités ambiental (Bandera Azul), Responsabilidad Social (Proyectos de ayuda social), Diversidad, equidad de género e inclusión a pesar de que también existen otros como el de Brigada de Emergencia, Wellness (Salud Mental) y Social – Cultural, no son tan conocidos.

Otra de las investigaciones consultada fue la de González (2023) de la Universidad Internacional de las Américas, cuyo trabajo llamado Plan De Reciclaje De Plástico, Cartón Y Tetra Pack Como Imagen De Responsabilidad Social Corporativa Para El Primer Trimestre Del Año 2023, cuyo objetivo general fue generar un plan de reciclaje para plástico, cartón y Tetra Pak en las operaciones McDonald's, generando una disminución importante de basura que va hacia el relleno sanitario; de manera paralela, lograr una imagen de responsabilidad social corporativa, a ejecutarse durante el primer trimestre del año 2023. Utilizando una metodología de enfoque mixto se llega a la conclusión siguiente, en muchas de las empresas a nivel nacional, principalmente aquellas que entregan alimentos preparados empacados, es habitual exista una gran cantidad de desecho de papel, cartón, plástico, empaques tetra pack y otros, por tal razón, estas empresas cuando proponen planes de RSE, es normal estos estén dirigidos al tema de reciclaje de desechos como los expuestos anteriormente. Las personas están en la mejor disposición de reciclar el cartón, plástico y Tetra Pak en los restaurantes; les gustaría recibir capacitaciones o charlas con respecto de este tema, para poder aprender mejor y, según los resultados arrojados por la encuesta, se puede determinar la cantidad de reciclaje es un volumen importante y de impacto en la investigación, la cantidad de cartón, plástico y Tetra Pak que se puede reciclar es una cantidad de alto impacto, incluso dando validez a la mención de la encuesta y, esto es un pilar fundamental para entender el proyecto es viable.

Cabe resaltar, sí es posible desarrollar un plan de reciclaje en las operaciones de los restaurantes que pueda comunicar, entrenar y ejecutar la forma de recolectar, separar en restaurantes y trasladar cartón, plástico y Tetra Pak hacia los centros de acopio.

También se concluye es posible crear una herramienta para medir los resultados de manera interna y externa, garantizando el impacto del plan en la compañía. Dentro del plan por ejecutar se crea la herramienta para medir y garantizar el éxito del proyecto.

Alcances y Limitaciones

Alcances

Ramos (2020) menciona “en el alcance de la investigación, ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca es exponer su presencia en un determinado grupo humano. En la investigación con alcance descriptivo de tipo cualitativo, se busca realizar estudios de tipo fenomenológicos o narrativos constructivistas, que busquen describir las representaciones subjetivas que emergen en un grupo humano sobre un determinado fenómeno”. (párr.10)

Según la cita anterior, en esta investigación se pretende reunir la información suficiente acerca de la Responsabilidad Social Empresarial. Se describe las principales problemáticas del cantón de Moravia, así como las expectativas y necesidades de los grupos de interés.

Limitaciones

De acuerdo con Vega (2023), “las limitaciones de la investigación son aspectos o condiciones que se identifican como posibles obstáculos para alcanzar los objetivos de una investigación. Además, tales limitaciones restringen o condicionan la validez, aplicabilidad y generalización de los resultados de un estudio o investigación. Son aspectos que el investigador reconoce y señala como factores que podrían haber influido en los resultados o que limitan la interpretación y la extrapolación de los hallazgos.” (párr. 15)

Dentro de las limitaciones en esta investigación se puede mencionar:

- Existe poca bibliografía sobre Responsabilidad Social Empresarial dirigida a pymes de Costa Rica. Por lo tanto, la información presentada en el trabajo recaerá en la investigación de campo que se realizará para tal fin.
- La investigación de campo no se aplicará a todas las pymes de tecnología del cantón de Moravia, sino se trabajará con base en la empresa AMP Solutions y con una muestra según criterio de oportunidad y conveniencia, de esta manera lograr los objetivos establecidos.
- El plan de Responsabilidad Social Empresaria que se pretende mostrar es una herramienta útil para ser utilizada específicamente en función de la empresa AMP Solutions y la información no se ajusta para ser utilizada por otro tipo de empresas.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En esta etapa del marco teórico, según Albornoz (2023), “se lleva a cabo una revisión de la

literatura disponible sobre el tema, se analizan los antecedentes de la investigación y se identifican las principales teorías. Al definir los conceptos principales y encuadrarlos en un contexto determinado, se facilita la comprensión del tema de estudio y el investigador se asegura de que su proyecto se dirige hacia la consecución de nuevos conocimientos.” (párr.7)

Por tal razón, en este capítulo, se examina fuentes bibliográficas necesarias para fundamentar la teoría de la presente tesis. Se seleccionará definiciones y conceptos clave para la alineación con los objetivos y su propósito es respaldarlos a través de literatura relevante. Procurando en todo momento facilitar la comprensión clara del lector con dichos conceptos y, por ende, del proyecto por desarrollar a continuación.

Planeamiento Estratégico

Antes de exponer otros conceptos o definiciones dirigidos a Responsabilidad Social Empresarial, es importante conocer la teoría en relación con el plan estratégico empresarial, del cual se va a desprender la propuesta por plantear dentro de esta investigación.

Estrategia Empresarial

Una estrategia es como un mapa, guía las acciones hacia un objetivo deseado. Tal y como mencionan Romero et al. (2020) “la estrategia es un curso de acción a través del cual la empresa logra su objetivo, construyendo una ventaja competitiva y generando valor para sus grupos de interés. En otras palabras, la estrategia es una acción orientada al logro de un objetivo, que otros competidores también buscan; de allí que, la misma lleva a la empresa a definir una ventaja competitiva que le garantice la supremacía en el mercado y por consiguiente el éxito empresarial.” (párr.2)

Elementos del plan estratégico

La creación de una estrategia empresarial es un componente imprescindible para cualquier tipo de empresa, inclusive para las pymes que aspiran a un crecimiento sostenible y perdurable. A continuación, un listado de los principales elementos que componen un plan estratégico.

1. Misión: según Barraza (2019) “es lo que la organización desea lograr en un período específico de tiempo. Una buena misión debe describir que es lo que hace la empresa y lo que no” (párr.1)

2. Visión: continuando con Barraza (2019), “la visión describe sus planes, el mundo, sus clientes y a sí misma. Es decir, indica cómo le gustaría al mundo fuera en algunos años.” (párr.2)

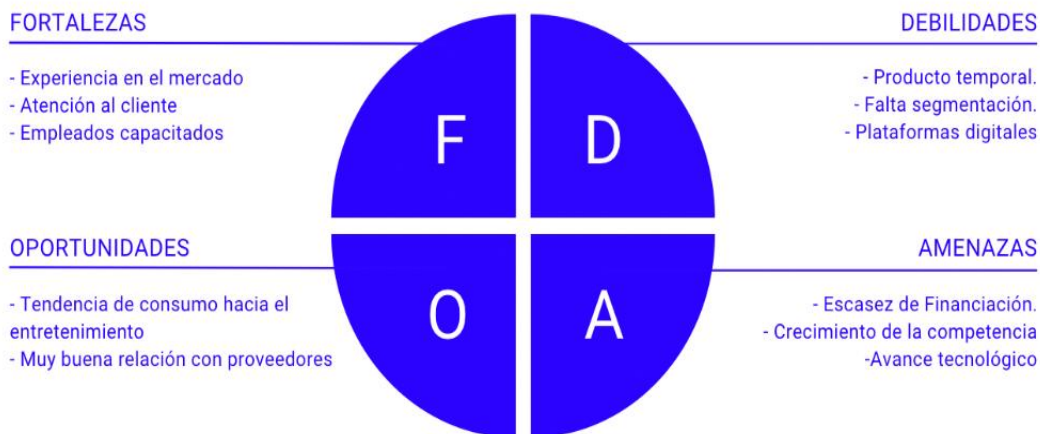
3. Objetivos: según Palacios (2024) “los objetivos de una empresa son el conjunto de pasos accionables que se ponen en marcha para que el negocio logre desarrollarse en un determinado periodo. Estos están íntimamente relacionados con la misión y visión de la compañía.” (párr.2)

4. Ventaja competitiva: para Porter (2010) “la ventaja competitiva representa características que diferencian un producto o servicio de una empresa, frente al producto o servicios de otras organizaciones” (párr.2)

5. Análisis de situación: de acuerdo con Buzzi (2023) “existen cuatro herramientas esenciales para el análisis y la planificación estratégica de una organización, ellas son: FODA, PESTEL, PORTER Y CAME

El análisis FODA ayuda a comprender el escenario en el que se encuentra una compañía analizando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, tanto interna como externamente.” (párr.7)

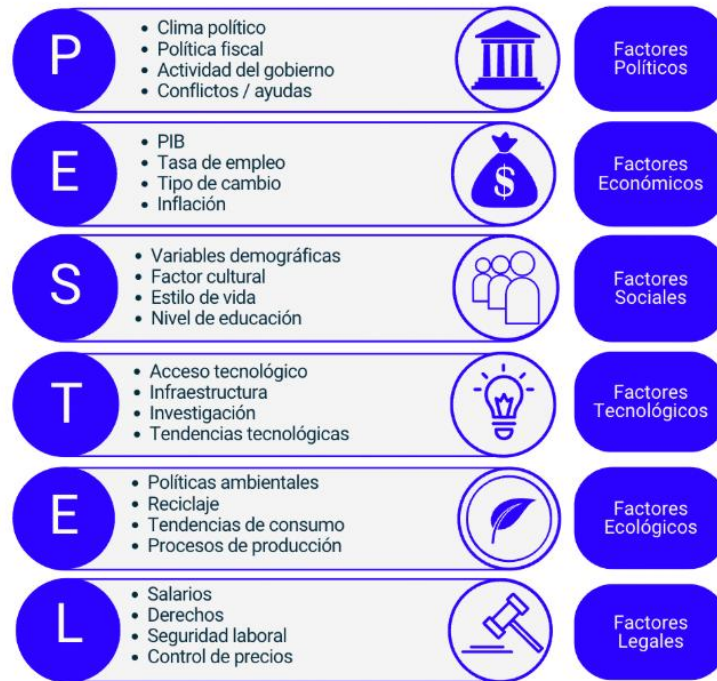
Figura 1: Análisis FODA



Fuente: Buzzi, 2023

Continúa Buzzi (2023) exponiendo el análisis PESTEL, “el cual evalúa el ambiente externo de la empresa a través de seis dimensiones: políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y legales” (párr. 8)

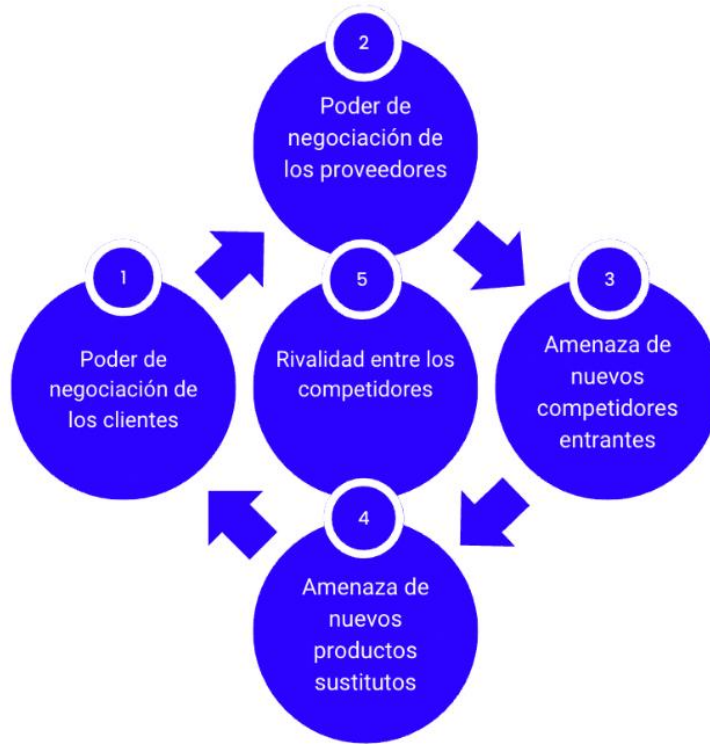
Figura 2: Análisis PESTEL



Fuente: Buzzi, 2023

Buzzi (2023) menciona también “el análisis PORTER se enfoca en la competencia y el mercado en que se encuentra la empresa, buscando identificar las oportunidades y amenazas que pueden presentarse.” (párr.9)

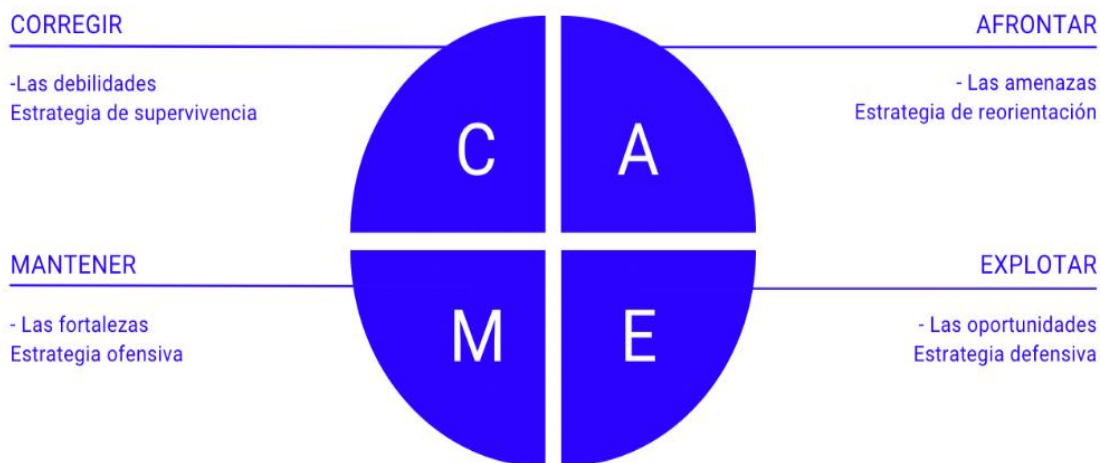
Figura 3: Las fuerzas de Porter



Fuente: Buzzi, 2023

Y concluye Buzzi (2023) con el análisis CAME, “el cual se enfoca en la estrategia y en el desarrollo de planes de acción específicos para abordar los problemas identificados en los análisis FODA y PESTEL, y aprovechar las oportunidades detectadas.” (párr.2)

Figura 4: Análisis CAME



Fuente: Buzzi, 2023

Responsabilidad Social Empresarial

Se puede afirmar la responsabilidad social empresarial es el compromiso voluntario de las empresas para asumir la generación de un impacto positivo en la sociedad, integrando prácticas éticas y sostenibles. El concepto va más allá de solo cumplir leyes y regulaciones estatales, sino, además, implica la contribución activa con el entorno mientras son equilibrados los intereses económicos, sociales y ambientales.

Sin embargo, Licandro (2019), menciona:

A más de sesenta años de la publicación del libro de David Bowen (1953) sobre la responsabilidad social de los hombres de negocios, que dio inicio a la construcción del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, la comunidad académica no ha logrado acordar en torno a una definición única y ampliamente consensuada de este concepto.” (párr.2)

Como se puede desprender de la cita anterior, no es posible tener una definición concreta de lo que es responsabilidad social empresarial, pues esto ha sido ampliamente debatido durante años, sin embargo, se puede acotar a Cajiga (2020) quien define a la responsabilidad social empresarial como:

Una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, en lo social y en lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona, buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que esta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o de su nacionalidad. (párr.2)

Mientras Bom-Camargo (2021), da una definición acoplada a la década de los años 80 donde menciona:

La responsabilidad social era la necesidad de responder al requerimiento de la sociedad, pero actualizando esa versión al Siglo XXI define a la responsabilidad social empresarial como la integración del pensamiento estratégico de la empresa, lo que se podría describir como Gobierno Corporativo, dirección estratégica, gestión y control interno, información corporativa, auditoria, certificación, inversión socialmente responsable, comunicación, reconocimiento externo, que son necesarios para que la responsabilidad social empresarial sea más que una moda y empiece a ser parte integrada. (párr.2)

Como se puede observar, existe más de una visión de lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial, lo anterior hace cada región, país o círculo social deba evaluar la mejor forma de definirla de modo que aporte a los intereses lucrativos de la empresa y los intereses sociales del entorno donde se convive.

Sostenibilidad

Según el Pacto Mundial de las Naciones (2024) “la sostenibilidad corporativa examina cómo deben ejecutarse las actividades empresariales a lo largo del tiempo para preservar los recursos y mantener la dignidad humana para las generaciones futuras.” (párr. 2). Por otra parte, Huertas (2024) dice “que la sostenibilidad busca un equilibrio entre la economía, la sociedad y los ecosistemas empresariales, con el objetivo de garantizar el uso racional de los recursos, disminuir las desigualdades sociales (brechas de género, calidad de vida, acceso a la educación, entre otras) y continuar en la búsqueda de un desarrollo equitativo.” (párr.7)

Así las cosas, se debe tener en cuenta que todas las acciones realizadas por una empresa van

a repercutir en el mañana, por lo tanto, el llamado a la sostenibilidad debe promover prácticas amigables que impacten positivamente al mundo.

Áreas de Enfoque

Según los estatutos de la norma ISO 26000 (2024), la cual es una guía de responsabilidad social que trata de tutelar a las organizaciones en su camino hacia la sostenibilidad, las áreas donde las empresas pueden activar sus acciones en materia de responsabilidad social empresarial son las siguientes:

1. Participación activa y desarrollo de la comunidad
2. Gobernanza de la organización
3. Derechos humanos
4. Prácticas laborales
5. Medio ambiente
6. Prácticas justas de operación
7. Asunto de consumidores

Figura 5: Áreas de Enfoque en Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: ISO 26000, 2024

Características

La responsabilidad social empresarial cuenta con diversos rasgos los cuales son claves para poder definir la estrategia y su implementación en las empresas. Estos aportan al enfoque integral entre lo social, ambiental y económico. Al ser tomados en cuenta, las empresas no solo mejoran su desempeño, sino también, se fortalecen cuando se ve beneficiada su reputación mientras están contribuyendo a un entorno más justo y sostenible.

Las características principales en la gestión de la responsabilidad social empresarial, según Bom-Camargo, Y. I. (2021) se menciona las siguientes:

- Grupos de Interés o Stakeholders: pueden ser directivos, empleados o colaboradores, clientes, accionistas, inversionistas, proveedores, ambiente externo, ambiente interno, comunidad, sector público, competidores.
- Visión: visión proactiva – estratégica, forma de hacer negocios, construcción de valores compartidos, guiada por el relacionamiento con sus diferentes stakeholders o

grupos de interés claves. Dimensiones: económica, ética, legal y filantrópica. Se parte que debe de haber un cambio desde la cultura organizacional.

- Paradigma: Coexiste con la anterior visión, la ejecuta principalmente, las grandes empresas, se observan estudios con intención de adaptación en las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Gestión: está integrada en el núcleo central de la organización, en la gestión, en la forma de hacer negocios, es decir, en la visión estratégica que se tiene de la empresa, por ende, el Gobierno Corporativo está involucrado.
- Beneficios: tangibles, donde se tiene impacto económico, social y ambiental, registro, mediciones, rendición de cuentas y reconocimientos. Intangibles, previene riesgo, creación de valor, mejora la creatividad, fomenta el mejoramiento continuo, disminuye costos, atracción de nuevos inversionistas, mejoran las relaciones con sus grupos de interés claves.
- Promoción: adicionalmente, a la redacción de informes de sostenibilidad con las evidencias, reconocimiento, certificados, aplican estrategias de mejoramiento continuo en sus proceso, actividades y operaciones.
- Procedimiento: la RSE está integrada con el núcleo estratégico y directivo de la empresa, donde cada proceso y actividad involucre impactos en la RSE
- Recursos: asignación de recursos por parte del pensamiento, planificación y direccionamiento estratégico de la empresa.

Mientras Santos, D (2024), relaciona la responsabilidad social empresarial con estas características:

- Decisión voluntaria: Asumir este tipo de responsabilidades debe partir de un genuino interés de las organizaciones por promover el bienestar social. Es decir, que no exista coerción en la adquisición del deber y que sea una decisión directiva libre. Por ello, las compañías tienen la absoluta libertad de elegir las causas que atienden.
- Valores de la empresa: Un compromiso social requiere de una compatibilidad entre los principios de la empresa y los objetivos de la estrategia. De otro modo, es muy probable la organización abandone los ideales o no pueda seguir las metas planteadas. Por eso, debe existir una identificación de las organizaciones con los proyectos a los

que se compromete.

- Busca contrarrestar efectos negativos: muchas prácticas de RSE tienen como buscan promover mejores condiciones para el desarrollo humano y reparar daños que, en el pasado, han promovido las mismas empresas: la contaminación, la desigualdad o la discriminación. Cuando una organización orienta su trabajo a esas causas, desea reducir los efectos negativos de las prácticas comerciales o bien prevenir otros que amenacen a las comunidades.
- Requiere plan estratégico: Una compañía no puede definir esta estrategia de un día a otro. Por el contrario, toda acción comprometida debe ir acompañada de un plan realista y premeditado que, por lo general, requiere decisiones directivas. Además, ten en cuenta que este tipo de proyectos necesitan una gran inversión de tiempo, de esfuerzos y, en muchos casos, de dinero. Por ello, se necesita crear un plan estratégico.
- Coherencia con las prácticas empresariales: Una organización no debe partir del ideal de participar más en su comunidad, sino que tiene que asegurarse de cumplir el objetivo. Esto implica reformular los principios, prácticas y actividades internas, con el fin de promover una imagen social y procesos coherentes con esos ideales. (p.2)

En resumen, la responsabilidad social empresarial puede verse desde diversas perspectivas o tipos de enfoque según los distintos autores, pero si en algo coinciden es en la integración de prácticas éticas, sostenibles y transparentes en las operaciones de la organización que pretendan contribuir al desarrollo económico, social y ambiental. De la mano con la voluntariedad, sostenibilidad, ética y transparencia, relaciones con los grupos de interés, cumplimiento normativo e integración en la estrategia empresarial.

Beneficios

En materia de responsabilidad social empresarial, esta se caracteriza por realizar aportes los cuales se traducen en una serie de beneficios, tanto para las empresas como para la sociedad en general.

Flores (2024), brinda una descripción de los principales beneficios de la responsabilidad social empresarial, son los siguientes:

- Mejora la reputación de la empresa: al demostrar un compromiso real con la sociedad y el medio ambiente, las empresas pueden ganar la confianza de sus clientes, empleados y la comunidad en general. Una imagen positiva como empresa socialmente

responsable puede diferenciar a la organización de la competencia y atraer a consumidores cada vez más conscientes.

- **Atracción y retención de talento:** las empresas que implementan prácticas de RSE suelen ser más atractivas para los profesionales que buscan trabajar en organizaciones con valores sólidos y un impacto positivo en la sociedad. Además, la RSE puede contribuir a aumentar la motivación y la satisfacción de los empleados, lo que a su vez favorece la retención del talento.
- **Reducción de costos y mejora de la eficiencia:** la implementación de medidas sostenibles y responsables pueden llevar a una reducción de costos a largo plazo. Por ejemplo, la adopción de prácticas ecoeficientes puede disminuir el consumo de recursos y energía, lo que se traduce en ahorros económicos para la empresa y beneficios para el medio ambiente.
- **Acceso a nuevos mercados y oportunidades de negocio:** cada vez más consumidores prefieren apoyar a empresas comprometidas con la RSE, lo que puede abrir puertas a nuevos mercados y segmentos de clientes. Así mismo, algunas grandes empresas exigen a sus proveedores cumplir con estándares de responsabilidad social, por lo que implementarla RSE puede ser un requisito indispensable para acceder a ciertas oportunidades de negocio. (p.3)

Santos (2024), comenta que adquirir compromisos de responsabilidad social empresarial es importante, pero también las compañías se pueden beneficiar en ciertos aspectos al implementar planes de este tipo. Dichos beneficios son:

- **Mejora la reputación de las marcas:** estas acciones son una gran estrategia para mantener una buena reputación en el mercado. Teniendo en cuenta que la competencia es muy alta y, en muchos casos, las ofertas pueden ser muy similares.
- **Fomenta relaciones significativas con el cliente:** el 75% de los consumidores se sienten más dispuestos a comprar productos de organizaciones que comparten sus valores. Esto deja ver la relevancia de la ética de una empresa, ya que es un factor distintivo a la hora de que lo elijan entre el mar de opciones comerciales.

Por ejemplo, si se asumen compromisos medioambientales, de seguro se conectará con un público ávido por mejorar el mundo. Lo mismo pasará si se promueve la educación, el ejercicio, el empoderamiento femenino o la protección de los derechos animales.

- Permite mantenerse a la vanguardia: las organizaciones que no conocen a profundidad el medio en el que se desarrollan tienen menos probabilidades de alcanzar el éxito en el mercado. Y esto no solo tiene que ver con que se vuelvan obsoletas, sino que sus ofertas estén desconectadas de la realidad y no atiendan los problemas que aquejan a las comunidades.

Por eso, gracias a este tipo de acción, como organización, se puede conocer mejor al público, generar soluciones de mercado adecuadas a sus necesidades y, por tanto, mantenerse vigentes y competitivas en el imaginario de una comunidad.

- Asegura el cumplimiento de normativas: en algunas localidades, las empresas tienen que cumplir con estándares que demuestren su contribución al mejoramiento de las comunidades. Por ejemplo, en ciertos países, las fabricas deben mantener un nivel máximo de emisiones de CO₂, promover la equidad en el espacio de trabajo, o bien aplicar programas de inclusión social.

Esto incluso puede generar un impacto positivo en las compañías, como aquellas que cuentan con la verificación de la empresa socialmente responsable o las que exentan impuestos por sus labores sociales.

- Cohesiona a la comunidad empresarial: uno de los más grandes beneficios de promoverla consiste en el fortalecimiento de los lazos laborales dentro de la misma compañía. Cuando ésta adquiere un compromiso, se sentirá interesada en contar con el personal que comparta los mismos ideales.

De este modo, es posible crear una comunidad solida de personas que pondrán todo su esfuerzo en hacer que la organización cumpla con sus ideales, se cohesionan a la planilla y se refuerza la cultura de la empresa. (p.10)

Aparte de los beneficios tanto internos como externos los cuales las organizaciones pueden aprovechar cuando se realiza planes de responsabilidad social empresarial, cabe destacar la sociedad también obtiene beneficios en distintas materias que van a ser impactadas tanto a nivel individual como colectivo. Estos beneficios se materializan en la mejoras sociales, económicas y ambientales que afectan a cada comunidad.

Las partes interesadas o Stakeholders

En referencia a la Responsabilidad Social Empresarial, las partes interesadas o stakeholders son aquellos individuos o grupos quienes poseen un interés directo o indirecto en las actividades,

decisiones o resultados que genera una empresa o proyecto. Según García (2024), Stakeholders es una palabra inglesa, en el ámbito de la empresa, significa parte interesada o interesado. Hace referencia sobre todo a las organizaciones o personas que toman parte en las decisiones de una compañía y que están afectadas por sus actividades. Se podrían considerar por los grupos de interés que rodean la empresa. (parr.2)

En este orden de ideas, Cajiga, J. (2020), clasifica a los stakeholders en tres grupos:

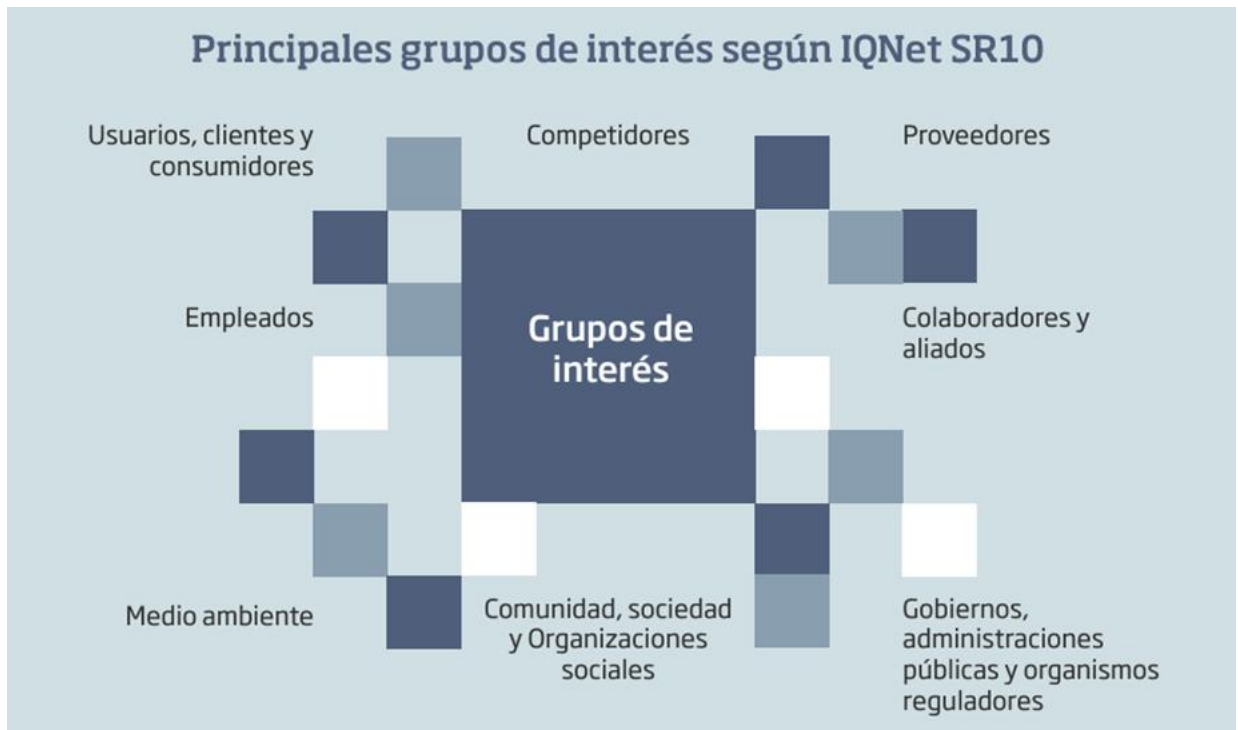
1. Grupos de interés consustanciales: son aquellos sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible; pueden incluir inversionistas y asociados, en virtud de su interés financiero.
2. Grupos de interés contractuales: son aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal; pueden incluir proveedores y clientes o consumidores, en virtud de su relación comercial; directivos y colaboradores, en virtud de su relación laboral.
3. Grupos de interés contextuales: son aquellos que desempeñan un papel fundamental en la consecución de la credibilidad necesaria para las empresas, y en un último término en la aceptación de sus actividades (licencia para operar); pueden incluir autoridades gubernamentales y legislativas, en virtud del entorno regulatorio y legal; organizaciones sociales y comunidades en las que opera la empresa, en virtud de su imagen pública y credibilidad moral; competidores, en virtud del entorno del mercado; y el medioambiente, en virtud de la sustentabilidad de los recursos presentes y futuros.(p.9)

Mientras Ayala, C (2021), define como stakeholder a:

Cualquier individuo o grupo de interés que, de alguna manera pudiera afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos empresariales. A su vez define que los grupos de interés son personas o grupos de personas que tienen objetivos propios de manera que la consecución de los mismos está vinculada con la actuación de la empresa y finaliza diciendo que una parte interesada es cualquier persona, grupo o entidad que tengan un vínculo o interés directo o indirecto, con o sobre la organización; otras, más limitadas, contemplan a los empleados, gerentes, proveedores, propietarios/accionistas, clientes poseedores de intereses sin los cuales la empresa sobreviviría. (p.189)

Para el presente estudio la definición de stakeholders o partes interesadas resulta importante, pues son la clave en el desarrollo de estrategias empresariales dirigidas a responsabilidad social empresarial, por cuanto ellas proporcionan conexión con el entorno que lleva a identificar las principales necesidades y expectativas de estos grupos.

Figura 6: Principales grupos de interés



Fuente: Iqnet, 2025

Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)

Las pequeñas y medianas empresas representan parte indispensable en el desarrollo económico a nivel global. Este tipo de entidades suelen tener una estructura organizacional simple y se caracterizan por su tamaño, el cual puede variar de acuerdo con la región. Según el Diccionario de la Real Academia Española (2024), una pyme es una empresa mercantil, industrial, etc., compuesta por un número reducido de trabajadores y, con un moderado volumen de facturación. (parr.1)

La Procuraduría General de la República de Costa Rica (2024), indica:

En términos generales una empresa puede ser considerada como PYME cuando el empresario o los empresarios están, por sí mismos, en condiciones de dirigir la empresa, tomar decisiones importantes y recoger los frutos o soportar las pérdidas generadas por su asunción de riesgo y su gestión. Existen además ciertos criterios cuantitativos, que es necesario considerar, referidos principalmente a cantidad de trabajadores, el volumen de los negocios, el balance, la rentabilidad, la producción, la ganancia, y el valor de los activos. (parr.3)

Siendo así, se puede concluir, el concepto de pymes engloba características referentes a tamaño, número de empleados, volumen de ingresos o capital invertido. Y estas, son claves para la generación de empleo, la innovación y el fortalecimiento de economías locales.

La Responsabilidad Social Empresarial y su relación con las Pymes

La responsabilidad social empresarial se aplica no solo a grandes corporaciones, sino también puede ser aplicada a las pequeñas y medianas empresas. Las pymes cumplen un papel muy importante en la implementación de prácticas responsables, pues por su naturaleza suelen estar más en contacto con las comunidades locales. A continuación, a través de distintos autores, se explica los aspectos más relevantes que existen entre la responsabilidad social empresarial y las pymes.

Campos y Bermúdez (2020) comentan:

Las pymes, a diferencia de las grandes empresas, no suelen afrontar demandas de índole social en relación con la responsabilidad social empresarial; sin embargo, el entorno social y todos los participantes en sus procesos operativos y productivos, y en la cadena de valor, por lo general mantienen relaciones estrechas y tienen un impacto directo en la promoción de la empresa en aspectos de identidad, prestigio y acciones responsables. El tema de la responsabilidad social en las pymes supone una forma de gestionar y de poner en práctica los valores personales y las actitudes empresariales de quienes participan en su operación. Por lo tanto, la responsabilidad social empresarial desarrollada de forma estratégica le permite a la empresa y al recurso humano ser competitivos, sostenibles, y situarse en el camino de la excelencia y de la calidad empresarial.

Por otro lado, en el caso de las pymes, es importante realizar un abordaje sistémico que permita otorgarle competitividad suficiente para posicionarse en el mercado de

forma diferente a sus competidores y, la única forma de hacerlo es aplicando innovación donde se involucre al capital humano, mismo que es una dimensión que es parte del componente social de la RSE, la cual es una herramienta estratégica para incrementar su competitividad. (p.139)

En esta línea, Zolano et al. (2022), mencionan:

En el caso de las pymes, es importante realizar un abordaje sistémico que permita otorgarle competitividad suficiente para posicionarse en el mercado de forma diferente a sus competidores y, la única forma de hacerlo es aplicando innovación donde se involucre al capital humano, mismo que es una dimensión que es parte del componente social de la RSE, la cual es una herramienta estratégica para incrementar su competitividad. (p.3)

Las grandes empresas suelen ser líderes en materia de implementación de responsabilidad social empresarial, las pymes también juegan un papel muy importante y aunque enfrenten retos debido a su tamaño y la limitación de recursos, es posible se encuentren con oportunidades valiosas para sus negocios.

Políticas e iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial y las pymes

En Costa Rica, la Responsabilidad Social Empresarial está estrechamente vinculada con políticas nacionales e iniciativas las cuales promueven la sostenibilidad, la inclusión social y el desarrollo económico, con especial atención en las pequeñas y medianas empresas, por representar una parte significativa de la economía del país. Enseguida se destaca las políticas e iniciativas más relevantes en Costa Rica:

- Ley para el fortalecimiento de las Pymes (Ley No. 8262): esta política promovida por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) (2002) tiene relación con la responsabilidad social empresarial debido a incentivar la adopción de prácticas responsables, como la sostenibilidad ambiental, la mejora de las condiciones laborales y la innovación social impactando la promoción de la inclusión financiera y el apoyo a iniciativas de desarrollo local y reducción de la desigualdad.

- Política Nacional de Responsabilidad Social: según el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (2024), esa política fue publicada en 2017, durante la administración del presidente Luis Guillermo Solís y tiene como objetivo proporcionar un marco estratégico para que las empresas costarricenses, incluidas las PYMES, implementen la RSE como un enfoque

transversal en sus operaciones. De esta manera, incentiva a las pymes a adoptar prácticas responsables mediante capacitación y herramientas, a la vez, busca aumentar la competitividad de las pymes en mercados nacionales e internacionales.

- Estrategia Nacional de Producción y Consumo Sostenible: esta estrategia es impulsada por el Ministerio de Ambiente y Energía (2024) y propone una relación con la Responsabilidad social empresarial, impulsando a las pymes en el uso eficiente de recursos, reducción de emisiones y residuos e implementación de energías renovables.

- Certificación Esencial Costa Rica: Según indica la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) (2024), esta institución es el pilar de apoyo para las empresas costarricenses, en especial para las micro, pequeñas y medianas, en todo su proceso de internacionalización para conquistar los mercados internacionales, en este sentido, su objetivo con esta certificación es reconocer a empresas que cumplan estándares en cinco pilares: sostenibilidad, calidad, innovación, progreso social y vinculación con la marca país y se relacionan con las pymes porque ofrecen ventajas competitivas y visibilidad para las pymes comprometidas con la responsabilidad social empresarial así como ser una herramienta que motiva a las empresas a adoptar prácticas responsables.

- Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): según la Organización de las Naciones Unidas (2024), Costa Rica es uno de los líderes en la adopción de estos objetivos y fomenta su implementación en las pymes mediante políticas públicas y alianzas con el sector privado. De esta forma, relaciona la responsabilidad social empresarial con las pymes a través de la motivación de alinear sus estrategias con los ODS, especialmente en áreas como igualdad de género, acción climática y consumo responsable.

Estas políticas costarricenses buscan crear un entorno donde la responsabilidad social empresarial no solo sea una opción, sino una ventaja competitiva para las pymes. Estas iniciativas integran aspectos tanto económicos, como sociales y ambientales, eso permite las pymes tengan su participación activa en el desarrollo de planes regionales y nacionales.

Generalidades del cantón de Moravia

Según el documento del Plan de Desarrollo Cantonal de Largo Plazo (2023-2043) (2023):

Moravia es un cantón situado en el área norte de la provincia de San José, en Costa Rica, y perteneciente al Gran Área Metropolitana. Limita al oeste con los cantones de San Isidro y Santo Domingo, al suroeste con el cantón de Tibás, al sur con el cantón

de Goicoechea y al este y norte con el cantón de Vázquez de Coronado, y cuenta con una extensión territorial de 28,62 km².² Su cabecera es el distrito de San Vicente, con categoría de ciudad. El cantón cuenta con 63,509 habitantes. El cantón se caracteriza por ser uno de los más desarrollados de la provincia de San José y del país, al contar con un Índice de Desarrollo Humano de 83,5% permitiéndole tener el puesto 5 a nivel nacional, de modo que se considera como un índice muy alto.

El nombre del cantón es en honor al benemérito de la Patria, Expresidente don Juan Rafael Mora Porras, que nació en San José en 1814 y falleció en Puntarenas en 1860. En vista de que ya existía un cantón con el nombre de Mora, se modificó a Moravia y mediante la ley No. 55 del 1° de agosto de 1914, Moravia se erigió como cantón número catorce de la provincia de San José, designándose como cabecera a San Vicente, y actualmente el cantón de Moravia se divide en tres distritos: San Vicente, La Trinidad y San Jerónimo.

El cantón de Moravia se caracteriza por ser un lugar de atracción para instituciones educativas privadas, y por el desarrollo de actividades comerciales a distintas escalas, además no posee la misma vocación industrial que otros cantones de su entorno, debido a la conectividad vial, y se limita a acoger pequeñas industrias y talleres. Por otro lado, existe una importante área agro – ganadera en la zona norte del cantón. (p.7)

Informe Cantonal

A continuación, se muestra algunos de los resultados más relevantes con respecto del nivel de competitividad del cantón de Moravia, según el Consejo de Promoción de la Competitividad de Costa Rica, quienes a través del desarrollo de proyectos y la creación de espacios de trabajo, donde miembros del Consejo, representantes del sector público y la academia, analizan los principales desafíos y generan propuestas concretas. Consejo de Promoción de la Competitividad (2024):

Según el informe en cuestión, para el 2024, Moravia se coloca en la posición 5 de un total de 82 cantones, con un puntaje de 64.8 de una escala de 100 y un desempeño considerado como “Competente”, que indica que muestra condiciones óptimas en la mayoría de dimensiones que conforman el reporte de Índice de Competitividad Nacional.

Dentro de este orden de ideas, el informe expone los siguientes datos con respecto al cantón:

- Participación electoral: un 27% de participación ciudadana en las elecciones municipales 2024
- Currículo completo: un 20% de los estudiantes de primaria reciben todas las materias especiales.
- Interrupciones eléctricas: el número de horas in servicio electrónico durante el 2023 fue de 7 horas.
- Inseguridad: la tasa de homicidios (asesinatos por cada 100 mil habitantes) es de 4.7
- Habilidades matemáticas: un 84% de estudiantes de secundaria están en un nivel intermedio o avanzado.
- PIB per cápita: el producto interno bruto por persona (en millones de personas) es de 6.6

Y también se muestran las dimensiones con mejor puntuación dentro del informe y que gracias a ellas, Moravia se encuentra dentro de los primeros lugares a nivel nacional:

- En la dimensión de competencias básicas, Moravia se encuentra en la posición 5, quiere decir que con un puntaje de 96.4 existe un alto porcentaje de estudiantes aprueba satisfactoriamente las pruebas para finalizar la educación secundaria.
- En la dimensión de acceso a servicios públicos, el puntaje que obtuvo el cantón fue de 13, donde, con un puntaje de 96.3, se muestra una alta prestación de servicios públicos básicos para la ciudadanía.
- Por último, y con un puntaje de 16, Moravia saca una de las mejores puntuaciones en la dimensión de redes de voz móvil (telefonía), donde la calificación fue de 88.6, demostrando un desempeño alto de las redes de voz móviles 2G y 3G (telefonía celular) es adecuado.

Sin embargo, existen dimensiones dentro del informe donde Moravia no tiene una puntuación favorable y, por el contrario, son los aspectos más deficientes que representan al cantón, los cuales son los siguientes:

- En la dimensión de sector constructivo, Moravia se encuentra en la posición 63 y un puntaje de 30.3 dado a que se evidencio un bajo dinamismo constructivo en obras de vivienda, industria, comercio y/o servicios.
- En la dimensión de compromiso con la sostenibilidad y con un puntaje de 34.3, el cantón se encuentra en la posición 69, donde se indica que la Municipalidad no promueve un desarrollo sostenible y amigable con el ambiente.
- En la dimensión de Infraestructura de transporte, se cuenta con un puntaje de 37.3 ubicando al cantón en la posición 25, se indica que la red vial cantonal se encuentra en deficientes condiciones, y requiere mayor inversión para su adecuado mantenimiento.

Otros de los pilares estudiados en el Informe en cuestión son los siguientes:

- Pilar 1. Instituciones: puntuación de 70,4. Se mide la seguridad, el capital social, la fortaleza municipal, la transparencia municipal, la administración presupuestaria y el compromiso con la sostenibilidad.
- Pilar 2. Infraestructura: puntuación de 70,6. Se mide la infraestructura de transporte, la conectividad vial, el acceso a servicios públicos y el servicio público municipal.
- Pilar 3. Adopción de tecnologías de información y comunicación: puntuación de 63,8. Se mide las redes de datos móviles (internet), las redes de voz (telefonía), las redes de datos fijas (internet), el acceso a TICs en hogares y el acceso a TICs en el sistema educativo.
- Pilar 4. Salud: puntuación de 82,4. Se mide la esperanza de vida, la tasa de mortalidad infantil y el embarazo adolescente o nacimientos.
- Pilar 5. Habilidades y competencias: puntuación 65,8. Se mide la escolaridad media de la fuerza laboral actual, las habilidades técnicas de la fuerza laboral actual, las habilidades en ciencia y tecnología de la fuerza laboral actual, la cobertura educativa, el currículo completo y las competencias de la fuerza de trabajo futura.

Este informe ofrece un análisis detallado de los factores determinantes para el cantón, ayudando a comprender las fortalezas y debilidades y permitiendo que las autoridades locales, empresas y ciudadanos puedan tomar decisiones informadas para mejorar la calidad de vida y fomentar la sostenibilidad. (p.17)

Problemática del cantón de Moravia

Si bien es cierto, según el Informe del Índice de Competitividad Nacional, el cantón de Moravia se encuentra en una posición favorable con respecto del resto de cantones de Costa Rica, sin embargo, esto no significa el cantón este exento de problemáticas económicas, sociales y ambientales que impactan a la comunidad, las cuales deben ser atendidas por todos los grupos de interés comunal.

Por tal motivo la Municipalidad de Moravia en su documento actualizado llamado Plan de Desarrollo Cantonal de largo plazo (2024-2034) (2024), señala:

la misión de desarrollo del cantón es promover todas aquellas acciones que se llevan a cabo en el cantón, desde una perspectiva sostenible, a fin de fortalecer todas aquellas actividades que son vitales para la mejora continua de la calidad de vida, mediante servicios públicos y privados eficientes, como también el uso de plataformas digitales-tecnológicas, el fortalecimiento del deporte, recreación y el ejercicio físico, para dar soluciones viables con programas socio- culturales y económicos que permiten a toda la población, especialmente a los sectores vulnerables, a ser partícipes en la transformación del cantón.

Para ello, han dividido las problemáticas y políticas sociales en los siguientes ejes:

Eje Institucional

- La política para la gestión institucional local ha de emprender procesos transparentes, confiables y ágiles, que impulsen la eficiencia, eficacia y uso racional de los recursos tributarios, que permitan dar respuesta a las demandas de las personas usuarias de los servicios municipales, por lo que esto conlleva a establecer una organización moderna, con trámites ágiles y simplificados, con presupuestos participativos en proyectos de interés local municipal, con una integración inclusiva e igual de género en la planificación del ordenamiento territorial, que esté libre de cualquier tipo de discriminación y exclusión de los diversos sectores que conforman el cantón.
- La Política de Calidad en el cantón de Moravia, propiciara instaurar el sistema de gestión de la calidad en las diversas organizaciones públicas o privadas, a fin de establecer, implementar, mantener y comunicar las líneas de acción necesarias para lograr los resultados deseados por la organización.

Eje de servicios y ambiente

- La política ambiental para el desarrollo sostenible integral, ha de orientar las diversas prácticas sociales, económicas como culturales que se promuevan en el cantón de Moravia, desde una perspectiva inclusiva, que conlleve un modelo regenerativo que establezca las acciones de intervención local que impacten en la calidad de vida, a fin de que toda persona tenga derecho a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, de tal forma se concreta el uso de alternativas para la descarbonización en el territorio municipal. Esta política ha de llevar a cabo una serie con una economía circular que incida en los diversos procesos productivos en el cantón, dando paso al fomento de diversas expresiones de movilidad sostenible, a fin de reducir los gases de efecto invernadero mediante la implementación de alternativas que fomenten carbono neutro en el cantón.
- La política de gestión de riesgo contribuirá a que el desarrollo local garantice el bienestar de la población moraviana de manera segura y sostenible, evidenciando los factores de riesgo y realizando la gestión prospectiva, para fortalecer las capacidades de los diversos actores locales en la construcción de una cultura preventiva que reduzca la vulnerabilidad, se fomente la resiliencia, se evite las pérdidas y favorezca la recuperación efectiva ante los posibles eventos de desastre.
- La política de la gestión de Servicios locales ha de promover su prestación desde una mejora continua, que permita brindar soluciones a las diversas demandas que se presenten en el espacio local moraviano, de modo tal, se facilite los accesos necesarios de infraestructura tecnológica para convertir al cantón en un enclave competitivo en el mercado nacional, permitiendo el acceso de los servicios que se brinden desde una perspectiva inclusiva que permitan generar valor público.

Eje de planificación territorial

- La política de infraestructura cantonal ha de establecer las condiciones claves en la transformación del cantón, mediante el cambio de paradigmas y la articulación sistémica de acciones participativas estratégicas entre los actores diversos actores locales que incidan en la infraestructura local, a fin de promover el territorio moraviano como enclave estratégico para la inversión e instalación de actividades productivas, de

tal modo se impacte positivamente en el hábitat residencial desde una perspectiva de igualdad de género y no discriminación.

- La política de gestión vial en el Cantón de Moravia se llevará a cabo una gestión integral local participativa, desde una perspectiva de igualdad de condiciones, que propicie las diversas modalidades de infraestructura de obra pública municipal, a fin de que los diversos actores locales cuenten con los elementos de seguridad vial, condiciones físicas y manejo del riesgo dentro del derecho vía, de conformidad con la optimización de los recursos presupuestarios, facilitando a las diversas características de movilidad para convivir entre sí y propiciar el cambio cultural entre las personas usuarias de la red vial cantonal.
- La política de Ordenamiento territorial en el espacio urbano-rural moraviano ha de propiciar desde una perspectiva de desarrollo sostenible, la toma asertiva de aquellas decisiones que sean promovidas por parte de los diversos actores que intervienen en el cantón, a fin de integrar estratégicamente las diversas actividades productivas, prestación de servicios, la ubicación de asentamientos humanos, usos públicos, desarrollo de infraestructura tecnológica, uso de tecnologías limpias, acceso vehicular y peatonal, mitigación del riesgo y acciones ante efectos de amenazas naturales e incorporar acciones concretas para contrarrestar los efectos del cambio climático en el espacio territorial local.
- La política de desarrollo socio-económico local ha de asegurar las condiciones básicas de formación de factores estratégicos basados en la innovación y así como la identificación de recursos potenciales endógenos, que resulten decisivos en actividades de fomento económico y creación de empleo productivo local, facilitando la construcción del entorno que permita el acceso a los servicios para el desarrollo económico de las micro, pequeña y mediana empresas y los diversos sectores de producción. En tal sentido, se han de alentar los esquemas de cooperación económico local y de concertación estratégica entre los diversos actores sociales públicos y privados, a fin de posibilitar la competencia del territorio ante el mercado nacional, permitiendo satisfacer las necesidades básicas de la población moraviana y el fomento de nuevas fuentes de ingreso.

- La política de turismo local en el cantón de Moravia potencializará la generación de oportunidades para el desarrollo de diversas expresiones turísticas, a fin de brindar una oferta sustentable en el manejo de los recursos desde una perspectiva inclusiva e innovadora, que permita fomentar de forma sostenible los encadenamientos productivos, de tal forma que sean atractivos, seguros, armoniosos, para las personas turistas nacionales e internacionales.
- La política de innovación tecnológica en el cantón de Moravia propiciara las acciones necesarias del conocimiento para el uso de las Tecnologías de la Información en todos los campos de aplicación en el territorio local, a fin de innovar e impactar el bienestar de la población desde una perspectiva inclusiva con igualdad de género, que se alcance mejores índices de desarrollo socioeconómico.

Eje derechos humanos

- La Política de Derechos Humanos, comprenderá las acciones que garanticen los derechos fundamentales de los habitantes del cantón de Moravia, que respeten sus derechos y libertades, garantizando su libre y pleno ejercicio a toda persona, sin discriminación alguna por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opiniones políticas, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social o de cualquier otra índole.
- La política de género e igualdad ha de desarrollar acciones que propicien una mejor calidad de vida de todas las personas moravianas, estableciendo las condiciones necesarias para contrarrestar toda conducta que promueva la discriminación, la desigualdad y los perjuicios, de modo que se logre alcanzar una atención integral de las necesidades, intereses y oportunidades que merece toda persona humana desde una visión inclusiva, de tal forma que en el espacio local se dé la responsabilidad de las diversas fuerzas socio-económicas que intervienen en el espacio local, para garantizar el ejercicio pleno de todas las personas a ejercer sus derechos y deberes en el cambio estructural progresivo que debe realizarse en el territorio cantonal, por lo que se requiere de acciones que movilicen las estructuras sociales, económicas y participativas que permitan legitimar la igualdad sustantiva de las personas en todas las esferas de la vida cotidiana, familiar, laboral, educativa, comunitaria, recreativa e institucional.

Eje de Cultura, deporte, recreación y ejercicio físico

- La política de promoción cultural local ha de propiciar un desarrollo cultural sostenible que permita facilitar la participación de las diversas expresiones tangibles culturales en los espacios públicos y privados, para incidir en la convivencia y la calidad de vida de las personas moravianas.
- La Política de deporte, recreación y ejercicio físico ha de articular acciones concretas para promover las diversas expresiones del deporte, recreación y ejercicio físico e incorporar el desarrollo de talentos de grupos deportivos, procurando a la vez convertir al cantón de Moravia como municipio saludable con diversos espacios para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Eje de seguridad y paz social

- La Política de seguridad ciudadana y paz social ha de articular acciones para reducir los índices de inseguridad en el cantón de Moravia, para tener un ambiente de paz social en la población.

Eje de gestión social

- Desde una perspectiva inclusiva, la Política de la persona menor de edad en el Cantón de Moravia, propiciará que se ejecuten los planes, proyectos y programas en el espacio local, como su articulación interinstitucional, que posibiliten la promoción, participación, y el respeto de las Personas Menores de Edad y que garanticen el interés superior de esta población, para ello se ha de promover desde los grupos de atención el abordaje sistemático de su condición como persona humana desde sus espacios de intervención e incidencia en el manejo de sus derechos humanos fundamentales de las personas menores de edad.
- Mediante el fomento de la igualdad de condiciones desde una perspectiva inclusiva, la Política de la Persona Joven del Cantón de Moravia, permitirá a la persona joven su empoderamiento en el espacio local para su desarrollo humano, consolidando un proceso de formación, vocación personal, así como para la determinación de proyectos de vida; estimulando la toma de decisiones en el desarrollo territorial en la creación espacios y oportunidades, que permita la creación de alternativas de trabajo, salud, bienestar, tecnologías, educación, deporte y recreación en igualdad de condiciones, para que sea un agente vital y esencial en el desarrollo local, por lo que,

todas aquellas instancias locales involucradas en el cantón se comprometan a identificar, gestionar y destinar de manera permanente, los recursos administrativos y financieros para el desarrollo pleno de dicha población.

- La Política cantonal de la Mujer se enfocará en la generación de acciones que promuevan la igualdad de oportunidades en su desarrollo integral, propiciando el cambio socio-cultural, la dependencia económica y emocional, mediante la dotación de instrumentos que permitan el empoderamiento en todos sus roles como persona, para combatir todo tipo de violencia sexual, patrimonial e inequidad, de modo tal, que se le brinde el acompañamiento de los diversos actores institucionales y locales para incidir en la calidad de vida como en la defensa de sus derechos humanos e igualdad de condiciones en el cantón, propiciando el cambio de los paradigmas que imperan en la dinámica de la mujer.
- La Política de la Persona Adulta Mayor del cantón de Moravia, fomentará una relación intergeneracional solidaria que propicie la corresponsabilidad social, población en el ámbito local; requiriendo la asistencia estratégica de los diversos actores locales e institucionales desde una perspectiva inclusiva, que faciliten el ejercicio efectivo del derecho para lograr una mejor calidad de vida, basada en un envejecimiento activo y saludable; permitiendo el desarrollo de sus capacidades individuales y colectivas para el adecuado cumplimiento de sus derechos, de su patrimonio y evitando todo abuso, enajenación, edadismo, negligencia, exclusión y maltrato.

Eje de discapacidad y accesibilidad

- La Política de discapacidad e inclusión social en el cantón de Moravia, ha de asegurar de forma integral que las personas que tienen dicha condición gocen del pleno derecho a desplazarse en el territorio local de forma libre y sin barreras físicas o mentales que le limiten su participación en las diversas actividades económicas, culturales y políticas, ya que estas son intrínsecas para todo ser humano, de modo tal sean generados los espacios de inclusión social en toda la dinámica de desarrollo estratégico del territorio Moravia.
- La Política de accesibilidad y equiparación de oportunidades ha de propiciar acciones concretas que garanticen la promoción del acceso a vivienda, salud, empleo,

educación, infraestructura, tecnología, transporte, entre otros aspectos, emprendiendo todas aquellas gestiones que procuren una accesibilidad inclusiva, que responda a sus necesidades específicas o especiales, de modo que, se logre la equiparación de oportunidades para las personas en condición de vulnerabilidad en el cantón. (p.50)

Todo el trabajo que se realice y los logros alcanzados, según el Plan Cantonal a Largo Plazo del cantón de Moravia (2024-2034) (2024), se resumen en los siguientes impactos esperados:

- **Social:** Ante un contexto de recursos limitados, se ha de aunar esfuerzos entre el gobierno local, instituciones públicas y la sociedad civil para optimizar las inversiones en torno a la política del PDCL que sea traducida en proyectos para la reducción de la pobreza y establecer una serie de acciones para la generación de oportunidades entre los sectores menos favorecidos del Cantón. Se busca avanzar en el proceso de concertación local iniciado con el dialogo cantonal, estableciendo responsabilidades compartidas para el logro de las metas de reducción local de la pobreza, la exclusión, la discriminación y la desigualdad de género. Para este fin, el proceso busca fortalecer el rol de las instituciones existentes y organizaciones sociales, más que crear una nueva institucionalidad. Los productos que se definen en la normativa para la planificación a nivel local son: Planes de acción comunitaria e institucional, Plan de Inversión de largo plazo y Plan Operativo Anual

Estos productos, dejan las puertas abiertas para una intervención comunitaria ampliada que permita desarrollar los aspectos estratégicos de más largo alcance y, por otro lado, el tema de la seguridad de las personas y sus bienes es considerado como un eje clave para el desarrollo local.

- **Económico:** El gobierno local se ha de constituir en el motor del desarrollo que genere de forma innovadora y tecnológicamente alternativas económicas en el Cantón, por este ha de facilitar un proceso a través de medidas de política y obras de infraestructura pública, que faciliten las iniciativas privadas de desarrollo productivo a nivel local a fin de mejorar las calidad de vida entre los habitantes del cantón de Moravia, desde una perspectiva inclusiva, que permita crear las condiciones de generación de oportunidades.

Para ello se pretende lograr que se fomenten alianzas entre la población, el gobierno municipal, actores privados y el gobierno central mediante el desarrollo de una visión

y una agenda de responsabilidades compartidas para el desarrollo económico local. Construcción de una visión compartida del desarrollo económico local a corto, mediano y largo plazo, con énfasis en la activación de las potencialidades económicas, el desarrollo del capital humano y la superación de los procesos de exclusión social.

- Ambiental: Las condiciones organizacionales, institucionales y económicas para la ejecución de las acciones orientadoras para la preservación de los recursos naturales son determinantes para un impacto duradero de las inversiones que se lleven a cabo en el espacio local. Esto tiene tanto que ver con la articulación de acciones orientadas a la formación de capital humano y al desarrollo productivo en el proceso de planificación, como con asegurar la operación y mantenimiento adecuados de la infraestructura local y accesibilidad. Por otro lado, concepto de sostenibilidad exige otra serie de consideraciones respecto al ambiente, como la protección y explotación racional de los recursos naturales, ordenamiento territorial y el manejo adecuado de los desechos sólidos, aguas servidas, gases con efecto invernadero, entre otros. La institucionalización de los procesos será otra condición para la sostenibilidad de los mismos bajo una perspectiva del desarrollo sostenible local, que permita mediante la participación ciudadana crear las condiciones apropiadas para hacer del cantón el mejor lugar para vivir en Costa Rica.

- Territorial: propiciar el ordenamiento territorial mediante la actualización del Plan Regulador, a fin de llevar acciones orientadas al aumento de la competitividad urbano rural desde el nivel distrital y en base a criterios de conectividad económica a fin de acelerar el crecimiento económico y reducir las posibles brechas entre los sectores de menos desarrollo en el cantón y mantener en forma sostenible el mejoramiento de la calidad de vida en el Cantón.

- Institucional: Una organización interinstitucional eficiente y efectiva que trabaje bajo estándares de calidad y competitividad, capaz de ser expedita en la atención de las demandas locales. La población es el punto de partida y de llegada de la planificación interinstitucional. Solo propiciando un rol activo de la población en el presupuesto participativo y promoviendo su aporte, es posible desarrollar sus potencialidades y fortalecer la legitimidad y transparencia en la toma de decisiones y sobre todo en la rendición de cuentas interinstitucional. Esto implica el establecimiento

de una visión estratégica de desarrollo, mediante el establecimiento de presupuestos interinstitucional que den sustento a los proyectos de desarrollo local, con participación de los actores locales para establecer las líneas estratégicas de desarrollo a largo plazo. Por otro lado, se ha de llegar a establecer un plan de inversión local, que sea capaz de forma efectiva producir como consecuencia una nueva mentalidad interinstitucional entre los colaboradores directos e indirectos, al establecerse como componente transversal la innovación en todos los componentes de la Administración Activa Interinstitucional. (p.53)

De esta manera, a través de cada uno de los ejes y los impactos esperados, se pretende exista una labor activa en los diversos sectores de la comunidad en favor de todos los moravianos y así, disminuir o en el mejor de los casos, erradicar los problemas que aquejan al cantón.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo describe el procedimiento metodológico diseñado con el fin de responder a la pregunta de investigación. Para ello, se detalla el enfoque, el diseño, la muestra, las unidades, las fuentes primarias y secundarias, así como el instrumento empleado y el proceso de recolección de datos.

Enfoque de la investigación

Con base en la información brindada por Vera (2021), se expresa la investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. Procura lograr una descripción holística, esto es, intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular. (parr.1)

Por su parte, Mata (2019) menciona:

La investigación cualitativa asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas. En el mismo contexto, aclara que, aunque el enfoque cualitativo se orienta hacia la interpretación de realidades subjetivas, la investigación cualitativa no deja de ser científica, y lo es tanto como la investigación

basada en el enfoque cuantitativo; dicha interpretación tampoco se reduce a un asunto de opiniones de quien investiga. (parr.1)

De acuerdo Rojas (2022), la investigación cualitativa opta por realizar una mirada holística de la realidad y llegar a comprender la importancia de los hechos y fenómenos sociales, creando relación dialéctica, el método es inductivo. Esto significa que la realidad estudiada es más importante que los preceptos teóricos. (p.6)

Por lo expuesto anteriormente, esta investigación adopta un enfoque cualitativo, pues se orienta a comprender las percepciones de fenómenos poco explorados desde una perspectiva interpretativa, considerando la realidad puede transformarse con el tiempo. Se parte de experiencias relacionadas con el fenómeno estudiado, con base en variables subjetivas como emociones, experiencias, necesidades, vivencias y prioridades, para construir conocimiento.

Además, el proyecto se enfoca en explorar a profundidad estos fenómenos, no se basa en estadísticas, sino, sigue un proceso inductivo y recurrente, analiza diversas realidades subjetivas y no sigue una secuencia estrictamente lineal.

La presente investigación se orienta en el resultado de las observaciones realizadas, las cuales no son estructuradas, sino son entrevistas abiertas donde las experiencias de los entrevistados se evalúan, esto permitió ampliar las bases del proyecto y así realizar la propuesta planteada.

Diseño de la investigación

Según Arias (2021), cuando se habla del diseño, se refiere a las estrategias, procedimientos y pasos que se debe tener para abordar la investigación, lo cual encierra un conjunto de procedimientos racionales y sistemáticos llevados a cumplir con la solución del problema general. (p.73)

Después de realizar un análisis exhaustivo de la forma de recolectar la información para el presente estudio, se concluye el diseño que más se ajusta es la no experimental, esto porque de acuerdo con Kiss (2024):

La investigación no experimental es aquella en la que se observa y analizan los fenómenos tal como suceden en su entorno natural. Se trata de un tipo de estudio en el que no se modifican las condiciones ni se manipulan las variables. En el tipo de investigación no experimental, se busca establecer relaciones entre variables o describir comportamientos y características, pero sin influir activamente en ellas. Por

lo general, se usa para estudiar situaciones en la que no es posible o ético manipular el fenómeno o su entorno. Quienes llevan a cabo una investigación no experimental actúan como observadores. Esto significa que se centran en recolectar datos e información de manera objetiva, sin tratar de cambiar nada. Estudian el fenómeno de forma rigurosa y se apoyan en información contextual y documental. (parr.1)

Para Arias (2021), en el diseño no experimental no hay estímulos o condiciones experimentales a las que se someta las variables de estudio, los sujetos del estudio son evaluados en su contexto natural sin alterar ninguna situación. Así, no se manipula las variables de estudio. (p.78)

Además de tener un diseño no experimental, la investigación recolecta datos una única vez para estos fines, por lo tanto, según Kiss, T. (2024):

Corresponde a una investigación transversal descriptiva, ya que se realiza en un solo momento, en un punto específico en el tiempo. Se busca recolectar datos en una instancia para describir o analizar variables sin seguir su evolución. Su propósito es describir la situación o las características de una población en un momento específico. Se centra en observar cómo son las variables sin establecer relaciones entre ellas. (parr.3)

Debido a realizar el planteamiento del problema a través de la pregunta: ¿Cómo implementar un programa de responsabilidad social empresarial para las pymes de tecnología de Moravia para el 2025?, y de acuerdo con lo expuesto anteriormente, se dispone la presente investigación sea de tipo cualitativa, con un diseño no experimental y a su vez transversal descriptivo.

Muestra de la investigación

Para esta investigación y de acuerdo con la teoría de metodologías de investigación, la muestra es de tipo no probabilística, pues, según Arias (2021):

Este tipo de muestreo se utiliza cuando se desea elegir a una población teniendo en cuenta sus características en común o por un juicio tendencioso por parte del investigador. En este caso no se utiliza un método de muestreo estadístico, y no todos los miembros de la población tiene la misma oportunidad de ser seleccionados. El muestreo no probabilístico involucra la selección de las unidades que serán observadas de acuerdo al criterio escogido por el investigador. (p.116)

Además, esta investigación presenta un subtipo de muestreo según criterios de oportunidad y conveniencia, donde según Huaman et al. (2022), este tipo de submuestreo consiste en seleccionar la muestra a criterio del propio investigador, por lo tanto, no se hace necesario emplear un modelo matemático o alguna forma estadística para seleccionar la muestra. (p.62)

Según Ortega, (2024):

El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizada para crear muestras de acuerdo a la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un intervalo de tiempo dado o cualquier otra especificación práctica de un elemento particular. El investigador elige a los miembros solo por su proximidad y no considera si realmente estos representan muestra representativa de toda la población o no. Cuando se utiliza esta técnica, se pueden observar hábitos, opiniones, y puntos de vista de manera más fácil. (parr.1)

Dada la explicación anterior y de acuerdo con el problema central de investigación y los objetivos planteados, se identifica como la población del objeto de estudio a un grupo de personas de distintas empresas o intereses, quienes cuenten con las características necesarias para representar casos generalizados, de esta manera se logra tener las hipótesis con la finalidad de construir las conclusiones pertinentes.

Instrumento

En cuanto al instrumento de recolección de información, dice Velázquez (2022):

Son los métodos de investigación tradicionales o el conjunto de técnicas y materiales específicos que facilitan y enriquecen el proceso de investigación. Estas herramientas se utilizan para ayudar a describir un contexto, un acontecimiento, grupo de personas o una relación concreta de forma amplia, intentando comprender las razones subyacentes del comportamiento, los pensamientos y los sentimientos. (parr.3)

En la presente investigación, se hace necesario utilizar la entrevista cualitativa. Según indican Albornoz et al. (2023):

Es una técnica que permite obtener datos mediante un dialogo o conversación persona a persona, entre el entrevistador y el entrevistado de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida. Su ventaja esencial reside en que son los

mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, actitudes, opiniones, deseos, actitudes y expectativas. (p.155)

Figura 7: Orden en el proceso de formulación de las entrevistas



Fuente: elaboración propia, 2025

Para efectos de esta investigación y según lo expuesto, la entrevista de tipo no probabilística, con criterios de selección por oportunidad y conveniencia, se lleva a cabo con un grupo de personas pertenecientes a los grupos de interés de la empresa.

Tabla 1: Perfiles para la entrevista, según el grupo de interés

Número de Entrevista	Rol de la Parte Interesada	Nombre
Entrevista 1	Inversora. Es quien aporta capital para la operación financiera, es quien financia los proyectos de mayor envergadura.	Sra. Isela Mora
Entrevista 2	Proveedor. Es representante de uno de los principales proveedores de la empresa	Sra. Ana María Montero
Entrevista 3	Cliente. Es representante de uno de los principales clientes de la empresa.	Sra. Adriana Soto
Entrevista 4	Colaborador. Dentro de sus funciones esta la responsabilidad realizar las entregas de mercadería a los clientes y servicio al cliente	Sr. José González
Entrevista 5	Colaborador. Tiene la función de ingeniero a cargo de las instalaciones e implementaciones de hardware y software.	Ing. José Daniel Mora
Entrevista 6	Comité de Vecinos Es representante del comité cantonal de vecinos.	Sr. Ricardo Morales
Entrevista 7	Empresa de Tecnología competidora. Representa a una de las empresas de la competencia.	Sra. Marlene Acosta
Entrevista 8	Empresa de Tecnología competidora. Representa a una de las empresas de la competencia.	Sr. Víctor Solano
Entrevista 9	Empresa de Tecnología competidora. Representa a una de las empresas de la competencia.	Sr. Carlos Brenes
Entrevista 10	Gerente General. Es el fundador de la empresa, es quien la administra, tomador de decisiones	Ing. Allan Mora

Fuente: Elaboración propia, 2025

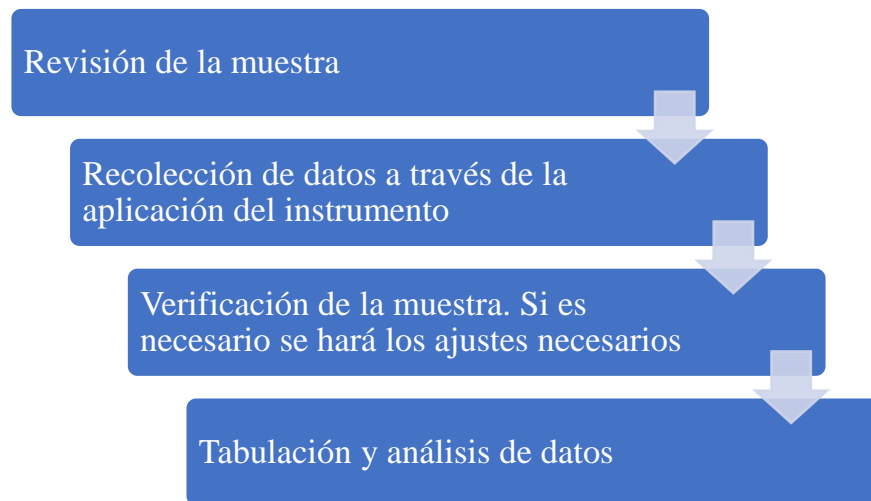
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

Para recolectar la información requerida, se aplica la entrevista, la cual se centra en el objeto de estudio y no en la persona. Se incentiva al entrevistado a responder y manifestar libre y detalladamente la expresión de sus opiniones y sentimientos relacionados con el tema de investigación. De esta forma, el investigador puede realizar una observación directa del individuo y así, materializar un análisis descriptivo de cuanto se pretende analizar.

El análisis de los datos recolectados arroja conclusiones a partir de la reflexión y comparación de las demás respuestas de los otros entrevistados. Ello va a depender de los objetivos investigativos, quiere decir, el análisis comienza con una recopilación selectiva de los datos, seguida de una reducción para su identificación, clasificación, síntesis y agrupamiento.

Una vez la información haya sido recolectada y ordenada, se codifica para llegar a conclusiones. El proceso de codificación agrupa las transcripciones en categorías, temas o conceptos, el objetivo es relacionarlos con el fin de la investigación, la codificación los dotará de sentido. Finalmente, se analiza los datos para llegar a conclusiones, luego de ser verificadas.

Figura 8. Proceso de recolección de datos a través de la entrevista



Fuente: elaboración propia, 2025

Tabla 2: Cuadro de variables de la investigación

Objetivo	Unidad	Definición conceptual	Categorías	Instrumentalización
Determinar la problemática social del cantón de Moravia con un enfoque remedial a través de un plan de responsabilidad social Empresarial	Problemática social	Análisis donde se identifica los problemas sociales que aquejan a sectores de la población y se relacionan con las condiciones objetivas y subjetivas de vida en sociedad.	Conocimiento de los principales problemas sociales del cantón del Moravia en general	Entrevista
Identificar a través de un estudio de mercado dirigido a los stakeholders, cuáles son las expectativas y necesidades, con el fin de que el plan de responsabilidad social empresarial tenga relevancia e impacto positivo.	Expectativas y Necesidades	Requisitos y deseos relacionados con cuestiones por cumplir que se encuentran documentadas y definidas para ambas partes	Acciones sociales asociadas con la actividad económica de la empresa	Entrevista
Establecer las acciones correspondientes desde el ámbito de especialización de la empresa para la resolución de los problemas identificados	Acciones Correspondientes	Programas implementados por empresas para contribuir al bienestar social, ambiental y económico, más allá de los intereses financieros directos de la organización.	Responder a través de un plan de RSE algunas de las problemáticas sociales del cantón	Entrevista

Elaboración propia, 2024

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de la situación

En el presente capítulo, se va a detallar todo el análisis e interpretación de los resultados obtenidos al aplicar el instrumento de entrevista, con base a la determinación de las variables de investigación derivadas de los objetivos de investigación planteados.

Se realizó ocho entrevistas abiertas a los representantes de los grupos de interés o stakeholders. En cada aplicación de la entrevista, la persona entrevistada tuvo la oportunidad de compartir sus conocimientos, experiencias y aportes según el grupo de interés al cual pertenecía, ello da como resultado un conglomerado de información suficiente para llegar a conclusiones oportunas según los objetivos de estudio de esta investigación.

En la siguiente tabla, se resume las respuestas más relevantes recibidas en cada una de las entrevistas:

Tabla 3: Información recopilada en las entrevistas según las variables por objetivo

Número de entrevista	Variable 1 Problemática Social	Variable 2 Expectativas y Necesidades	Variable 3 Acciones correspondientes
1	Inseguridad, narcotráfico, accidentes de tránsito, falta de presupuesto para organizaciones gubernamentales, mal manejo de residuos	Rentabilidad, retorno de la inversión, ética Profesional	No existe claridad con los conceptos de sostenibilidad y empresa socialmente responsable. No propone acciones porque indica que la responsabilidad social empresarial es solamente para grandes empresas
2	Carreteras mal estado, delincuencia, desempleo y mal manejo de residuos	Calidad en productos y soluciones, innovación, buen servicio al cliente, puntualidad en los pagos y en las entregas a clientes, excelentes condiciones laborales	Acciones ambientales: reciclaje de residuos, buen uso de los recursos, reducción de desechos.
3	Inseguridad, desigualdad, pobreza, contaminación de ríos, exceso de basura	Ética, honradez, sinceridad, confianza, puntualidad en la entrega de servicios, prácticas sostenibles, buena relación con la comunidad,	Brindar bienestar social a niños, jóvenes y jefas de hogar, apoyo a otro tipo de emprendimientos, compromiso con los más necesitados

		contribución al desarrollo comunal	
4	Desempleo, pobreza, cortes constantes de agua y electricidad, alta criminalidad, mal manejo de la basura	Puntualidad en el pago de salarios, empresa al día con las cargas sociales, herramientas de trabajo seguras, ergonomía	Alianzas con otras empresas para contribuir al área social, donativos, No tiene claro los conceptos de sostenibilidad ni empresa socialmente responsable
5	Pobreza, desempleo, contaminación ambiental	Aseguramiento social, equilibrio entre trabajo y vida personal, salario emocional, capacitación, motivación, reconocimiento	Llevar bienestar social a las comunidades: capacitación técnica gratuita para jóvenes de escasos recursos
6	Desigualdad económica, mala infraestructura vial, desempleo, mal manejo de residuos, dificultades para las pymes, deserción escolar, delincuencia	Empresas interesadas en revertir el daño ecológico que provocan, participación y contribución activa con la comunidad	Generación de empleo, apoyo a la educación ambiental, voluntario, aportes a grupos vulnerables
7	Ola de violencia, mal estado de las carreteras, inseguridad ciudadana, contaminación de las aguas	Prácticas empresariales transparentes, ética profesional, cumplimiento de las regulaciones laborales y fiscales, respeto por la comunidad	Temas ambientales, buena gestión de los desechos y cumplimiento de condiciones laborales óptimas
8	Problemas con el desecho de basura y contaminación ambiental Mala distribución del agua potable, altos índices de violencia.	Buena atención al cliente, competentes, con ética profesional y un impacto significativo dentro de la sociedad	En las tres áreas, pero principalmente: manejo de residuos, donativos y apoyo a pymes
9	Homicidios, asaltos, sicariato, pobreza, falta de calidad de vida de sus ciudadanos, falta de empleos, exceso de contaminación.	Reducción huella de carbono, promover tecnologías eficientes energéticamente, cuidado ambiental y compromiso social con sus empleados	Reducción de residuos tecnológicos
10	Pobreza, inseguridad, mal estado de calles y caminos, falta de apoyo a las pymes, exceso de ruido, falta de espacios públicos	Rentabilidad, salarios justos por encima del mínimo establecido, participación	Manejo de residuos, buen uso de los recursos, crear nuevas oportunidades para los jóvenes del cantón.

	para recreación, falta de oportunidades para los jóvenes	activa de los colaboradores de la empresa	No tiene claro los conceptos de sostenibilidad ni empresa socialmente responsable
--	----------------------------------------------------------	-------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

Elaboración propia, 2025

Resumiendo lo visto anteriormente en el marco metodológico, esta investigación es de tipo cualitativo, por ello, se cuenta con las siguientes variables de análisis para interpretar cada uno de los resultados obtenidos de la información suministrada por los entrevistados.

Variable No. 1: Problemática Social

Según la Editorial Etece (2021):

Los problemas sociales son aquellos que aquejan a largos sectores de la población y tienen que ver con las condiciones objetivas y subjetivas de vida en sociedad. Sus causas pueden hallarse en aspectos económicos, políticos, etc. Además, los problemas sociales suelen tener consecuencias en otras dimensiones de la vida de una nación. (parr.1)

Es importante explorar esta variable, porque evidencia el conocimiento de los representantes de los grupos de interés o stakeholders en la problemática del cantón de Moravia. En esta sección de preguntas se encontró respuestas muy similares, señalando en mayor medida la pobreza, la inseguridad y el mal manejo de los residuos como la respuesta más repetitiva. Los entrevistados también mencionaron en menor medida problemas como desempleo, falta de oportunidades para los jóvenes, falta de apoyo a los emprendimientos, narcotráfico, mal estado de las carreteras, daño al medio ambiente, contaminación de las aguas, problemas en el abastecimiento de agua y electricidad, accidentes del tránsito, entre otras.

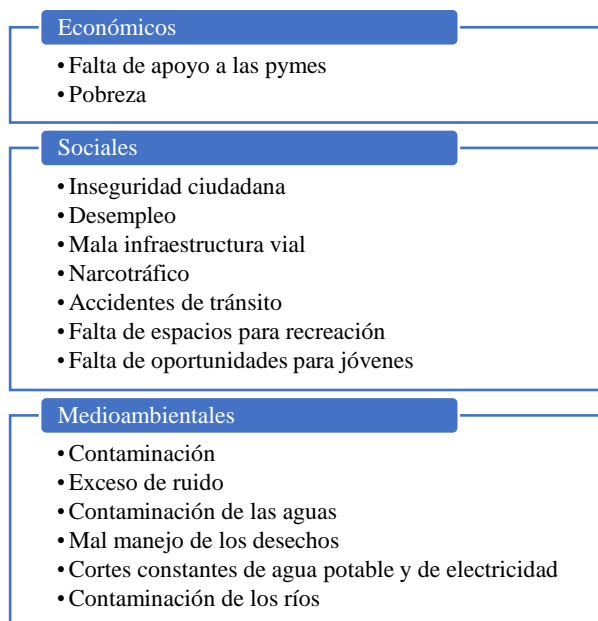
El análisis de esta variable indica que todos los entrevistados están bien informados de las problemáticas sociales del cantón, el lenguaje no verbal delata contestaron con mucha seguridad y entendimiento del tema, inclusive algunos de ellos quienes no residen en Moravia, lograron responder con precisión. Tal es el caso de la inversionista de la empresa AMP Solution, señora Isela Mora quien indicó lo siguiente:

Yo no soy de Moravia, entonces no sabría cuáles son puntualmente las problemáticas propias del cantón, sin embargo, si vemos los problemas sociales que tenemos los

costarricenses a nivel país, estoy segura que Moravia no está exenta de inseguridad social, narcotráfico, accidentes de tránsito, entre otras cosas.

Las respuestas dadas por los entrevistados para las preguntas correspondientes a esta variable, no presentaron ningún dilema o diferencia entre unos y otros, todos coinciden con la descripción de las problemáticas, a pesar de ser de las primeras preguntas y aun las personas no habían entrado en “confianza” con la entrevista, por lo tanto, no se tuvo dificultad u obstáculo en las respuestas.

Figura 9: Problemática social del cantón de Moravia según las respuestas de los entrevistados



Fuente: elaboración propia, 2025

Variable No. 2: Necesidades y Expectativas

Para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación es indispensable conocer las opiniones y criterios de los representantes de los grupos de interés, con respecto de sus necesidades y expectativas.

Cuando se habla de necesidades y expectativas de los grupos de interés o stakeholders, según Hedera Consultores (2024) se hace referencia a:

Las necesidades como aquellos requisitos relacionados con cuestiones a cumplir que se encuentran documentadas y definidas por ambas partes (pedidos, ofertas, contratos, legislación, convenios, etc.). Al contrario, las expectativas serían aquellos deseos de la parte interesada que no son comunicados de manera explícita, pero que influyen en la percepción que recibe la parte interesada acerca del desempeño de la otra parte. (parr. 2)

Por ello y debido a la naturaleza de la empresa AMP Solution, los stakeholders se dividen en internos y externos, según el sitio web Digixem 360 (2024):

Los internos tienen relación directa con la organización. Cuando se habla de stakeholders internos se incluyen los empleados, colaboradores, propietarios, inversores, los mayores de los cuales tienen un lugar en el consejo de administración y poderes de decisión relacionados.

En cambio, los stakeholders externos, son las personas, grupos u organizaciones interesadas en la compañía, aunque no están directamente involucrados en sus actividades y decisiones. Esta tipología incluye -ante todo- clientes, competidores, proveedores, comunidades, gobiernos, instituciones, asociaciones. (parr.5)

En relación con este tema, los stakeholders correspondientes a la empresa AMP Solution quedarían divididos de la siguiente manera:

Tabla 4: Clasificación de los grupos de interés o stakeholders

Internos	Externos
Colaboradores	Clientes
Gerente General	Proveedores
Inversores	Comité de Vecinos
	Competencia

Fuente: elaboración propia, 2025

Para conocer los intereses específicos de cada uno de los stakeholders se aplica la pregunta 3 y 4 de la entrevista a cada uno de los representantes, presentando hallazgos interesantes en esta materia.

Stakeholders Internos

Es aquí donde uno de los stakeholders internos, específicamente la inversora, resalta la importancia de que la empresa deba cubrir la necesidad puntual de ser rentable y generar dividendos positivos, pues la razón de ser de la empresa es generar utilidades importantes. Dentro de su expectativa está que la empresa tenga ética profesional en todo momento, desde la tarea más sencilla hasta el proyecto más complejo.

Continuando con los stakeholders internos, también se entrevista el gerente general, quien coincide en la necesidad de la rentabilidad para poder llevar a buen rumbo la empresa y continuar operando y teniendo un crecimiento a corto, mediano y largo plazo. Con respecto de su expectativa, indica, al existir rentabilidad, va a ser posible tener un crecimiento constante dentro del mercado.

Al hacer las mismas preguntas a dos de los colaboradores, ambos coinciden en la importancia de contar con seguros, cargas sociales y tener las herramientas que les permitan realizar un buen trabajo. Además, se menciona el tema de la ergonomía, el salario emocional, equilibrio entre trabajo y vida personal, reconocimiento, capacitación y motivación, entre las expectativas.

Stackeholders externos

Para esta sección de preguntas, las respuestas cambian drásticamente según el rol de cada representante. Es así, como el proveedor indica dentro de las necesidades que deben ser cubiertas

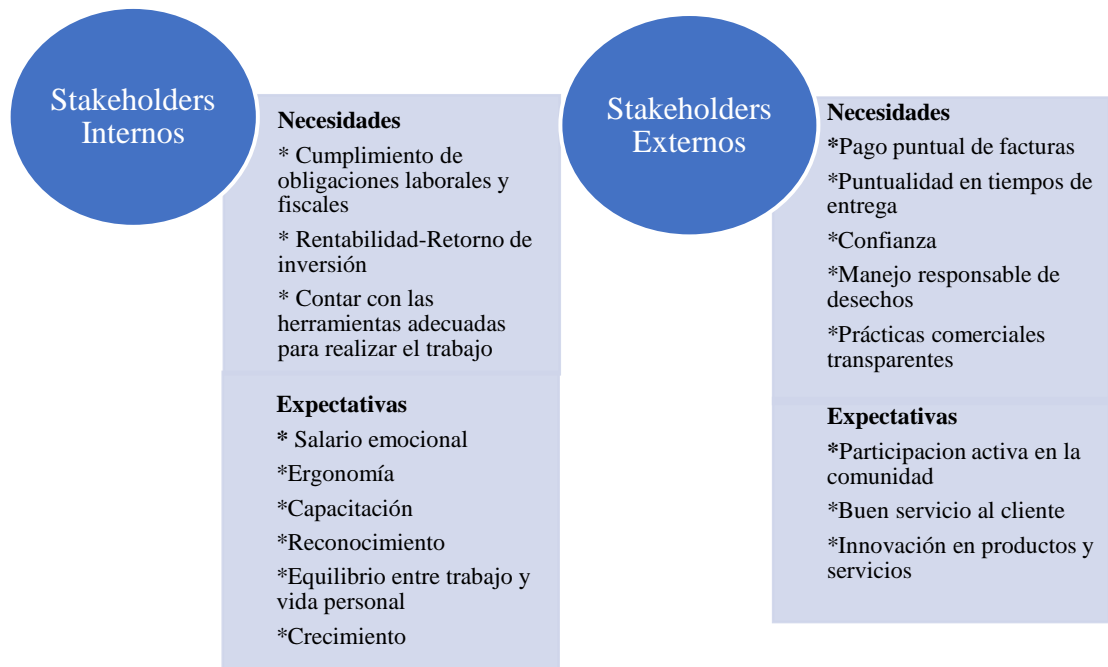
por la empresa, la responsabilidad de realizar los pagos de facturas y las entregas a los clientes de manera puntual y dentro de las expectativas que la empresa pueda brindar un servicio al cliente de calidad, productos y servicios innovadores y compita con temas medioambientales.

En ese orden de ideas, se entrevistó a una representante de la competencia, quien indica su necesidad como grupo de interés es que su competidor aplique prácticas empresariales transparentes, además dentro de sus expectativas está la empresa cumpla con las obligaciones labores y fiscales.

Por otro lado, al entrevistar a uno de los clientes, este menciona es necesario contar con proveedores de confianza, los cuales brinden un servicio honrado, como una de sus expectativas el cliente indica espera la empresa pueda brindar bienestar social a la comunidad.

Para finalizar, el representante del comité de vecinos responde existe una necesidad puntual de que las empresas del cantón de Moravia sean responsables de los desechos que generan. Espera las empresas tengan una participación activa en la comunidad y contribuyan activamente al bienestar de los vecinos. En este caso en particular, afirma las empresas deben rendir cuentas ante los públicos de interés.

Figura 10: Necesidades y expectativas de los grupos de interés según las respuestas de los entrevistados



Fuente: elaboración propia, 2025

Como se observa, en esta sección de preguntas, las respuestas resultan muy distintas, por cuanto cada entrevistado representaba a un grupo de interés de diversos roles. Tomando en cuenta el lenguaje no verbal, nuevamente contestaron con seguridad y sin titubeos, muy seguros de sus respuestas.

Variable No. 3: Acciones correspondientes

Esta tercera variable, también es de mucha importancia porque se explora todas aquellas acciones o actividades que los distintos grupos de interés consideran la empresa AMP Solution puede aportar siendo una pyme.

Según la Revista UNIR (2024), las acciones correspondientes son políticas implementadas por las empresas para contribuir al bienestar social, ambiental y económico más allá de los intereses financieros directos de la organización. (parr.6)

Con respecto de este tema, se realizó dos preguntas, a diferencia de la primera variable donde las respuestas resultaron muy similares, en esta ocasión las respuestas fueron algo diversas, pero con algunas coincidencias, hubo titubeo y falta de seguridad. Y cabe mencionar algunos de los entrevistados no tenían claro el concepto de sostenibilidad y de empresa socialmente responsable. Incluso, una persona no respondió a la pregunta alegando que una pyme no debe realizar ningún tipo de acción por su condición de “empresa pequeña” y esos temas competían a grandes empresas.

También debe señalarse, las respuestas de algunos de los entrevistados, suelen confundir la responsabilidad social empresarial con todo aquello relacionado al medio ambiente, por tal razón, hay repeticiones de respuestas donde dentro de las acciones propuestas está el reciclaje de residuos, buen uso de los recursos y la reducción de desechos.

Por otro lado, están aquellos stakeholders quienes proponen la empresa debe brindar apoyo social y compromiso a los más necesitados, realizar alianzas con otras empresas es una de las acciones mencionadas. Y en la parte económica, destacan las respuestas donde se propone donativos a grupos de personas vulnerables y apoyo a las pymes locales.

Finalmente, es importante acotar, a nivel general, durante la aplicación de la entrevista, las preguntas correspondientes a esta variable fueron las más difíciles de contestar y se invirtió más tiempo en sus respuestas. En esta parte se debió esclarecer los conceptos.

Resumiendo, después de aplicada la entrevista, los principales hallazgos de información se dan en la segunda y tercera variable, es aquí donde hay mayor confusión de términos y definiciones y, aunque no es un dato del todo positivo, resulta relevante para el tema de investigación,

específicamente para el capítulo de conclusiones y recomendaciones y por supuesto para la propuesta.

Figura 11: Acciones propuestas según las respuestas de los entrevistados



Fuente: elaboración propia, 2025

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Finalizando el proceso de investigación, es posible identificar para cada una de las variables las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Variable No.1 Problemática Social

Como principal conclusión cabe mencionar, se indica sí fue posible alcanzar el objetivo planteado de identificar las principales problemáticas del cantón de Moravia, esto se logra a partir del estudio al reporte del Índice de Competitividad Cantonal, realizado por el Consejo de Promoción de la Competitividad de Costa Rica, pues todos los años hacen una medición de los principales problemas cantonales del país. Además, es importante mencionar los representantes de los grupos de interés también fueron capaces de identificar estas situaciones. Esto se logra de forma

satisfactoria y clara. De tal manera se abre las posibilidades u oportunidades de que la empresa pueda desempeñar un papel crucial en la mitigación de dichas problemáticas mediante iniciativas que fomenten el desarrollo sostenible, la inclusión y la colaboración comunitaria.

Se recomienda a la Gerencia General de AMP Solution, realizar la contratación de un profesional quien tenga a cargo las funciones específicas propias de la implementación de un plan de responsabilidad social empresarial y de esta manera, pueda tener un departamento dedicado a las Relaciones Corporativas de la empresa. Y a su vez, pueda tomar en cuenta estas problemáticas para realizar su plan de responsabilidad social empresarial y con su aplicación no solo ayude a mitigarlas, sino también, a fortalecer la percepción positiva de la empresa como un agente de cambio y promotor del desarrollo sostenible en el cantón de Moravia.

Variable No.2 Necesidades y expectativas

Desde todos los roles como stakeholders, siempre va a existir la necesidad y la expectativa, estas puedan variar según el contexto, pero generalmente abarca aspectos relacionados con el bienestar, la transparencia, el compromiso y la sostenibilidad. Esto lo vemos reflejado en el resultado de las entrevistas realizadas.

Dado lo anterior, se concluye: se logra el objetivo de conocer las necesidades y expectativas de los stakeholders, quienes las tienen muy claras, por ello se recomienda a la empresa AMP Solution cubrirlas a través del plan de RSE. El hecho de que los stakeholders sepan identificar de manera óptima sus necesidades y expectativas, permite la relación empresa-grupos de interés desempeñen un papel más activo y estratégico dentro de la organización y como resultado obtener beneficios para ambas partes. Sin duda alguna, se evidencia puntualmente cuáles son las principales necesidades y expectativas de éstos.

Por tal razón se recomienda el encargado del Departamento de Relaciones Corporativas pueda maximizar la información otorgada por los stakeholders para realizar la propuesta de responsabilidad social empresarial, estableciendo las prioridades de ellos, en este caso, el tópico más mencionado y el cual genera más necesidad y expectativa es el de competir de manera ética y transparente, por tanto, esta acción debe ser tomada en cuenta dentro del plan.

Otra recomendación es la siguiente: resulta necesario dicho departamento de Relaciones Corporativas pueda clasificar a los stakeholders y de tal manera logren identificarse aquellos con mayor interés e influencia y tener dentro del plan un mecanismo de comunicación tanto interno como externo, de esta manera poder mantenerlos informados según su clasificación.

Variable No.3 Acciones correspondientes

Las entrevistas realizadas y la información recopilada aportan datos interesantes con respecto de las acciones que la empresa puede tomar para iniciar con un plan de responsabilidad social empresarial, teniendo el detalle, indicaciones y referencias de los stakeholders de forma puntual, se torna más claro el norte para la realización de una propuesta de responsabilidad social empresarial y así lograr el objetivo de establecer las acciones correspondientes.

De este modo se concluye: los stakeholders, en su mayoría apuntan a que la empresa realice aportes sobre todo en los ámbitos social y ambiental, más que en el ámbito económico, esto refleja un compromiso más firme hacia la sostenibilidad ambiental, además de un fuerte reconocimiento hacia los impactos sociales.

Sin embargo, existe una deficiencia en el conocimiento, el cual lleva a estos individuos a creer que toda iniciativa de responsabilidad social empresarial está dirigida únicamente a grandes empresas, dejando de lado el aporte posible de realizar por las pymes en la comunidad.

Por tanto, se recomienda todo el personal quien labora en la empresa AMP Solution, entiéndase, Gerencia General, Ejecutivos Comerciales, Técnicos, Ingenieros, Administrativos, continúen su formación y capacitación en temas de responsabilidad social y sus beneficios para las pymes y enfocarse primeramente en acciones simples y de bajo costo, de esta manera ir adaptando la RSE al crecimiento de la organización, empezando por su comunidad inmediata, en este caso sería el cantón de Moravia, sin olvidar a los colaboradores de la empresa que vienen siendo los stakeholders internos, cuyas necesidades y expectativas ya fueron estudiadas.

Dentro de las recomendaciones, también se sugiere el nuevo Departamento de Relaciones Corporativas busque alianzas estratégicas con otras pymes, ONGs o instituciones gubernamentales, para implementar proyectos donde se genere impactos positivos. Todas estas recomendaciones pueden ser herramientas para el crecimiento de la empresa desde una perspectiva ética, sostenible y responsable.

CAPÍTULO VI: LA PROPUESTA

Resumen Ejecutivo

A continuación, se presentará una propuesta. Se origina como una iniciativa parte de los requisitos del presente trabajo final de graduación. El resultado de esta propuesta será de utilidad para que la pyme de tecnología llamada AMP Solution pueda implementar su primer plan de

responsabilidad social empresarial. Esta acción podría convertirse en punta de lanza para que muchas otras pymes, sin importar su giro de negocios, empiecen a dar los primeros pasos en esta materia.

En relación con este tema, cabe recordar aquellas pymes las cuales sean capaces de aplicar acciones de responsabilidad social, podrán beneficiarse de todas sus ventajas: mejora de la reputación y confianza, aumento de la competitividad y diferenciación en el mercado, retención y atracción de talento humano, acceso a nuevos mercados, fomento de la innovación, atractivo para inversores, entre otras cosas.

Aprovechando sus fortalezas, expone Díaz (2024):

Las empresas, independientemente de su tamaño, deben ganarse la legitimidad social para operar mercados cada vez más exigentes. La RSE surge como una respuesta a la necesidad de actuar de manera ética y sostenible, logrando el equilibrio entre los intereses empresariales y el bienestar social y ambiental. (parr.6)

Por ello, los términos claves para el desarrollo de esta propuesta, serán la problemática social, la sostenibilidad, las necesidades y expectativas de los grupos de interés o stakeholders, responsabilidad social empresarial y las acciones correspondientes.

Introducción

En un entorno corporativo cada vez más competitivo y dinámico, las empresas no solo enfrentan la responsabilidad de generar beneficios económicos o utilidades financieras, sino también, tienen el compromiso de contribuir al bienestar de la sociedad y al cuidado del medio ambiente.

De esta manera, la responsabilidad social empresarial emerge como una estrategia importante para lograr un balance entre beneficios económicos y el bienestar de la comunidad, al integrar acciones éticas, sostenibles y responsables en la gestión diaria de la empresa.

En el caso de la empresa AMP Solution, llevar a cabo la implementación de un plan de RSE no solo representa oportunidad para fortalecer y crecer su posición en el mercado, además, mejoraría la reputación, fidelización de los stakeholders y optimización de los recursos. Por ello, esta propuesta busca justificar la importancia de adoptar un enfoque sostenible, destacando los beneficios tanto tangibles como intangibles que puedan aportar a la empresa y al cantón de Moravia.

El hecho de establecer compromisos reales, medibles y tangibles con la sostenibilidad, la ética y el impacto positivo comunitario, no solo se cumple con las necesidades y expectativas de los stakeholders, también se puede lograr un posicionamiento de la empresa como agente de cambio en la construcción de una sociedad más equilibrada y responsable.

Mapa Estratégico

- Industria en la cual se compite: la empresa AMP Solution compite en la industria de Servicios.

- Descripción del servicio: se ofrece la entrega servicios de venta de equipo de cómputo, para usuarios finales y servidores de datos y equipos de redes, tanto de manera física como en la nube. El hardware vendido en la mayoría de los casos incluye servicio de instalación, implementación, servicio técnico post-venta y en algunos casos el financiamiento. También se ofrece soluciones de audio y video, cableado estructurado, cámaras de videovigilancia, todas estas soluciones incluyen los servicios mencionados y también pueden financiarse. Cuando el servicio es financiado e incluye hardware y software, se entiende como un servicio administrado, donde toda la responsabilidad técnica queda a cargo de la empresa AMP.

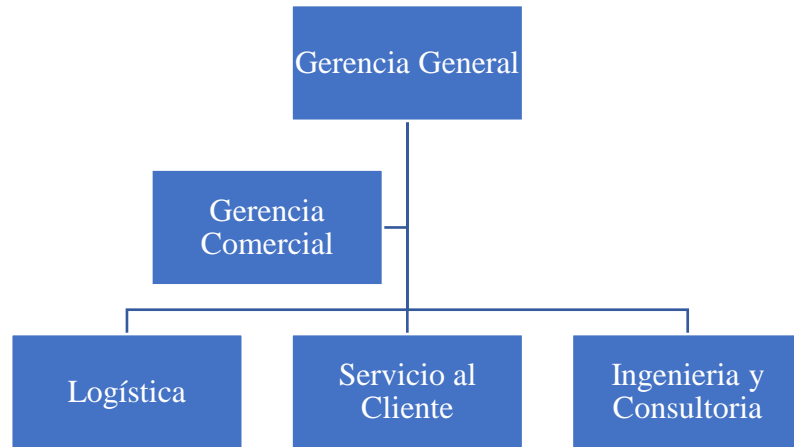
- Empresas competidoras: Corporación ACS, Intelec, Tecnova, CR Conectividad, GTI S.A., Red Global, SISCON, Sistemas Millenium, Consultek, Swat Consulting, Xtreme Tech, entre otras.

- Precios: dependen de los inventarios de los proveedores, pesos y dimensiones de las cajas, de las tasas de interés, del costo financiero y operativo, valor de rescate, lugar de entrega y el análisis de la competencia Dado lo anterior, el precio de las soluciones depende del cliente final y es completamente personalizado, cada proyecto tiene sus propios costos y precios.

Contexto de la empresa:

- Estructura: está conformada por el Gerencia General, Gerencia Comercial, Departamento de Logística, Departamento de Servicio al Cliente y Departamento de Ingeniería y Consultoría.

Figura 12: Organigrama de AMP Solution



Fuente: elaboración propia, 2025

- Recursos: se cuenta con el recurso humano fijo, necesario para llevar a cabo cada una de las labores diarias, existen proyectos específicos donde se realiza alianzas con otras empresas o se contrata personal bajo la modalidad de servicios profesionales durante un tiempo indefinido, según duración de los contratos. También se cuenta con recursos financieros disponibles, como inversores y línea de financiamiento en diferentes entidades bancarias, contando con el capital necesario para la entrega de servicios y proyectos extraordinarios. Por último, se cuenta con recursos materiales, como una bodega que sirve para almacenamiento de mercadería y taller de servicio técnico. Además, con tres automóviles para desplazarse donde los clientes para reuniones de consultoría y entregas de mercadería. Se cuenta con equipos de cómputo portátiles, servidor de datos, impresora, routers, accesorios o periféricos adicionales (cables, regletas, audífonos, mouse, teclados, monitores, adaptadores, pantallas), mobiliario de oficina (escritorios, sillas, mesas de trabajo), bodega de repuestos, equipos para demostraciones a clientes, todo tipo de artículos de oficina (ampos, resmas de papel, portapapeles, libretas, cuadernos, bolígrafos, engrapadoras, etc).

- Expertis de la empresa: AMP cuenta con una experiencia de 10 años en el mercado, es liderada por un ingeniero informático certificado por las principales marcas de tecnología (Dell, VMWare, Microsoft, HP, entre otras), también tiene amplios conocimientos en electrónica. Trabaja desde hace 25 años en empresas de tecnología tanto en la parte de técnica, de ingeniería y comercial. El personal encargado de las distintas áreas de la empresa cuenta con estudios

universitarios y experiencia de acuerdo con el puesto. Es importante mencionar algunos de los servicios son entregados a través de empresas donde se cuenta con alianzas comerciales y la empresa se ha asegurado cuenten con el expertis necesario para atender los requerimientos de los clientes.

- Ventaja competitiva: Entrega de soluciones inmediatas, rápidas y efectivas para los principales problemas tecnológicos de las empresas ante una competencia lenta y saturada en el mercado.

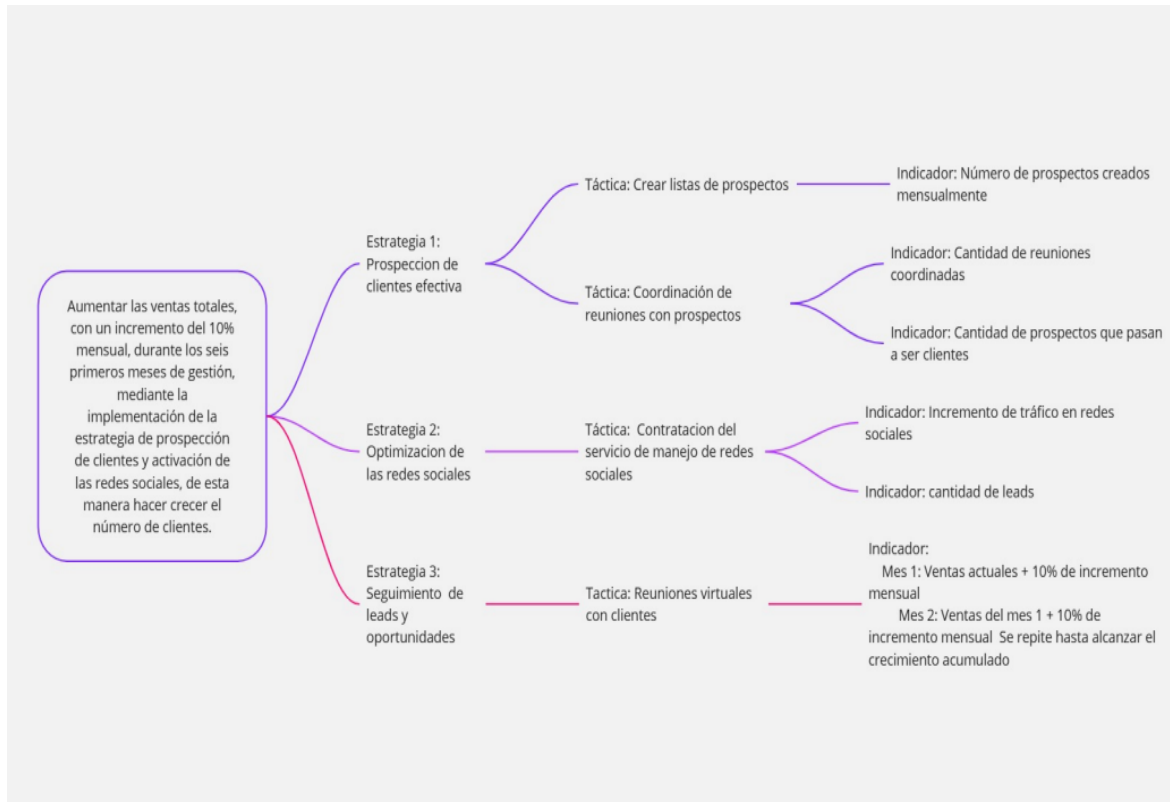
Importancia de la RSE para la organización

Como parte de los objetivos de la empresa para el 2025, está empezar a competir en nuevos mercados en busca un crecimiento y para ello es importante alinearse con las tendencias globales para poder lograr una diferenciación dentro del mercado. Por otro lado, desde la gerencia general, existe un interés en realizar acciones beneficiosas para el cantón donde se ubica la empresa: Moravia. Esta iniciativa de responsabilidad social refuerza el compromiso ético y prepara a la empresa para retos futuros.

Estrategia Corporativa

- A continuación, se presenta un cuadro donde muestra el resumen de las estrategias, tácticas e indicadores usados en el último año en la empresa.

Figura 13: Objetivo General, Estrategias, Tácticas e Indicadores



Fuente: Elaboración propia, 2025

A través de este enfoque, la empresa se ha asegurado un crecimiento estructurado y medible en ventas, el cual se alinea perfectamente con el objetivo general anual planteado.

Análisis de situación

Según el sitio web Lucispark (2025), el análisis de la situación es:

En esencia, una revisión metódica de los factores internos y externos de una empresa en un momento determinado. Estos factores pueden incluir clientes, competidores, el entorno del mercado y las capacidades de la empresa. Al analizar estos elementos dentro de la empresa y el entorno, se puede identificar las fortalezas y debilidades, así como posibles áreas de crecimiento. (parr.5)

Análisis PESTEL

A través de este tipo de análisis se pretende evaluar los factores externos influyentes sobre la empresa. El propósito es poder identificar oportunidades y amenazas en el entorno externo y de esta manera, sean más efectivas las decisiones tomadas con respecto de la propuesta.

Tabla 5: Análisis Pestel de la Empresa AMP Solution

Político *Estabilidad Política *Programas y beneficios fiscales para pymes *Apoyo gubernamental a las pymes que apliquen programas de responsabilidad social	Económico *Crecimiento acelerado del sector tecnológico. *Tipo de cambio del dólar hacia la baja. *Apoyo financiero de entidades gubernamentales, organizaciones y empresa privada.	Social *Adopción de tecnologías digitales *Incremento de nómadas tecnológicos *Programas de apoyo a la educación tecnológica. *Mano de obra calificada *Conciencia social sobre prácticas éticas y responsables
Tecnológico *Buena conectividad a redes de internet *Avance en inteligencia artificial e innovación tecnológica *Fuerte vínculo entre el sector educativo y el tecnológico *Rápida obsolescencia tecnológica	Ambiental *Aumento en la contaminación ambiental *Compromiso con la sostenibilidad *Energías limpias y renovables *Buena gestión de residuos tecnológicos	Legal *Ley de Protección de Datos Personales *Incremento de delitos informáticos y estafas digitales. *Normativas laborales *Leyes para la protección de la propiedad intelectual *Regulaciones tributarias

Fuente: elaboración propia, 2025

Análisis FODA

Este análisis es una herramienta estratégica fundamental a la hora de proponer un plan de responsabilidad social empresarial, pues se puede identificar las fortalezas y debilidades internas, de esta manera poder reconocer las capacidades y recursos propios de la empresa, así como las carencias presupuestarias o de conocimiento.

Por otro parte permite identificar las oportunidades y amenazas para su aprovechamiento y mitigación y, conocer las tendencias externas, así como detectar los posibles riesgos externos.

El buen aprovechamiento de esta herramienta proporciona información valiosa para la toma de decisiones estratégicas y a partir de ahí, generar estrategias responsables y sostenibles. Sin olvidar que el FODA no es solo beneficioso para la empresa, sino también para los stakeholders y el entorno donde se opera.

Tabla 6: Análisis FODA enfocado a la RSE, de la Empresa AMP Solution

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> *Capacidad para desarrollar soluciones tecnológicas que promuevan prácticas sostenibles. *Compromiso empresarial, donde tanto las gerencias como los colaboradores tienen la disposición de aprender y aplicar prácticas sostenibles *Flexibilidad para adaptarse rápidamente a las tendencias de RSE, debido al tamaño reducido de la empresa. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> *Percepción positiva del mercado hacia la sostenibilidad *Apoyo gubernamental en RSE *Expansión del mercado *Posibilidad de realizar alianzas estratégicas con ONGs u otras empresas *Existencia información suficiente con respecto de la RSE *Capacitación
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> *Limitaciones presupuestarias *Falta de experiencia y conocimiento limitado en RSE *Dificultad para impactar significativamente debido al tamaño de la empresa *Base de clientes pequeña que puede limitar las acciones en RSE *Falta de personal para diversas tareas: mercadeo, ventas, relaciones corporativas, entre otros 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> *Competencia *Posibilidad de inestabilidad económica *Presión de los stakeholders en implementar planes de RSE, incluso si implican costos adicionales. *Posibilidad de cambios regulatorios y nuevas normativas que podrían incrementar costos

Fuente: elaboración propia, 2025

Análisis CAME

La importancia de realizar un análisis CAME es poder alinear la empresa con el entorno local, pues la sociedad costarricense se caracteriza por tener un enfoque de sostenibilidad y protección social y ambiental. De tal manera, si se desea un crecimiento es necesario los objetivos, valores y acciones de la empresa estén a la altura de las expectativas de los stakeholders.

Figura 14: Análisis CAME enfocado a la RSE, de la Empresa AMP Solution



Fuente: elaboración propia, 2025

Análisis de Stakeholders

El requisito de analizar a los grupos de interés, después de conocer sus necesidades y expectativas, es porque permite clasificarlos, de esta manera es más sencillo comprender cuáles de ellos pueden aportar en mayor o menor medida y cuáles podrían representar un obstáculo para el avance del proyecto o, simplemente no aporten significativamente.

Los stakeholders se dividen en dos grupos: los internos son aquellas personas que tienen un rol dentro de la organización, como los inversores, gerentes y colaboradores. El segundo grupo corresponde a los externos, conformados por clientes, proveedores, comunidad y competencia.

Una vez identificados los stakeholders, estos pueden ser clasificados en stakeholders de alto poder y con mucho interés en el proyecto, los de alto poder, pero con menos interés en el proyecto, los de bajo poder, pero muy interesados en el proyecto y los de bajo poder y poco interesados en el proyecto.

En este sentido, se mapeó y diagramó a los stakeholders según su nivel de influencia e interés, en donde, si la parte interesada tiene un alto nivel de influencia e interés en el proyecto,

entonces la empresa debe trabajar en mantener satisfechos a estos grupos. Mientras, si los grupos tienen un alto nivel de influencia, pero no de interés, entonces la empresa debería mantenerlos informados. Por otra parte, están aquellos grupos que no tienen un nivel de influencia alto, pero si tiene un nivel de interés alto, por lo tanto, estos grupos se deberían mantener informados y por el contrario, si tienen un interés alto pero baja influencia, deben permanecer en constante monitoreo.

Tabla 7: Análisis de los Stakeholders según influencia e interés

NIVEL DE INFLUENCIA	Alto	Mantener Satisfechos Interno: Gerencia General y Colaboradores Externo: Clientes y comité de vecinos	Mantener relación cercana Externos: Proveedores
	Bajo	Mantener Monitoreados Externos: Competencia	Mantener informados Interno: Inversores
		Alto	Bajo
NIVEL DE INTERÉS			

Fuente: elaboración propia, 2025

Misión y Visión de la RSE

Ambas cosas, tanto la misión como la visión, es importantes definirlas, pues son los pilares fundamentales para llevar a cabo cualquier estrategia por proponer la empresa, incluida también su implementación y seguimiento. Trabajar con base en la misión y la visión permite tener coherencia estratégica, priorizar las tareas que se llevaría a cabo y generar un compromiso interno y externo con los grupos de interés. En resumen, la misión y la visión son como una brújula, garantizan el plan de responsabilidad social empresarial cumplirá los objetivos de su razón de ser. Siendo así, la misión y visión planteadas para este proyecto son:

- **Misión:** Realizar acciones innovadoras que contribuyan al fortalecimiento sostenible del cantón de Moravia, a través de la promoción de la inclusión social y el respeto por el medio ambiente

- **Visión:** Ser reconocidos como una pyme líder en el sector tecnológico del país por su capacidad de integrar la sostenibilidad en todos las áreas y procesos de nuestra empresa.

Objetivos estratégicos de la RSE

- **General:** Implementar un plan de responsabilidad social empresarial que integre prácticas sostenibles en beneficio de las áreas socioeconómicas y ambientales de la comunidad de Moravia para el 2025

- **Específicos:** Realizar las acciones sostenibles propuestas tanto a nivel interno como externo de la empresa. Además de, garantizar el seguimiento y la rendición de cuentas producto del plan de responsabilidad social empresarial propuesto.

Áreas de enfoque

Son los ámbitos específicos en los cuales la empresa AMP Solution concentrará los esfuerzos en materia de sostenibilidad, para generar beneficios a los grupos de interés y a la comunidad en general, son:

- **Ética y Gobierno corporativo:** se refiere a operar con integridad y transparencia. Actualmente la empresa no cuenta con un código de ética establecido para sus diversas operaciones. Dentro de la cultura organizacional se dan prácticas de responsabilidad y ética tanto con clientes como con proveedores, pero éstas no están establecidas ni aceptadas de manera formal. Por ello, se considera pertinente dentro del plan de RSE sea el primer punto por tomar en cuenta y de esta forma enriquecer el Gobierno Corporativo trabajando de manera activa en la elaboración y puesta en marcha de código de ética y conducta.

- **Prácticas laborales y derechos humanos:** el propósito de este enfoque es garantizar condiciones justas y dignas para los empleados y respetar en todo momento los derechos humanos dentro de las prácticas empresariales. Si bien es cierto la empresa tiene asegurados a todos sus colaboradores y brinda condiciones justas, existen acciones que pueden añadirse y serán de mucho provecho para ambas partes, en consecuencia, se tomará en cuenta para la confección del plan de RSE.

- **Sostenibilidad Ambiental:** este enfoque busca la reducción del impacto ambiental cuando se lleva a cabo operaciones dentro de la empresa y de esta manera, buscar en todo momento la sostenibilidad. Es uno de los ámbitos más buscado por los stakeholders, por tanto, no podría quedar fuera del plan. En la actualidad, la empresa no realiza ninguna práctica en beneficio del medio ambiente, una de las acciones que podría estar dentro del plan es el uso eficiente de los recursos con que ya se cuenta, por ejemplo: agua, energía y materiales. También, es importante incluir acciones para el desecho adecuado de los residuos generados.

- **Compromiso con la comunidad:** el propósito de este enfoque es contribuir al bienestar social, económico y medio ambiental de la comunidad donde opera la entidad. Específicamente, dentro del plan, la empresa podría aplicar algún tipo de programa para beneficiar a estudiantes de escasos recursos, quienes estén avanzados en carreras como informática, inteligencia artificial, electrónica, servicios, redes, software, entre otras, donde seguirán siendo capacitados en campo y debidamente remunerados. Asegurando de esta manera un desarrollo profesional acelerado.

De este modo, para la presente propuesta, no serán tomadas en cuenta las áreas de enfoque de la cadena de suministro responsable, ni productos y servicios sostenibles.

Estrategias y acciones para cada área de enfoque

Las siguientes estrategias y acciones están adaptadas a las características y capacidades de la empresa, siempre alineadas a los objetivos, misión y visión. Tomando en cuenta la empresa se trata de una pyme, la cual cuenta con limitaciones de tamaño, capacidad y presupuesto, no se pretende que la cantidad de estrategias por enfoque sean muchas, sino, se consideran solamente las necesarias, pero modestas, para poder catalogarse como empresa sostenible.

Para poder llegar al logro de los objetivos propuestos para este plan, es fundamental la contratación de un recurso quien tendrá el puesto de Encargado de Relaciones Corporativas. El fin es que lleve a cabo funciones específicas de responsabilidad social, sostenibilidad y al ser la empresa una pyme, tendrá también funciones de mercadeo y relación con los stakeholders. Esta acción es requerida al ser una de las debilidades actuales de la empresa, además, la contratación de este recurso ayudará al crecimiento de la empresa dentro de sus objetivos estratégicos para el presente año.

Figura No. 15 Principales funciones del puesto de Encargado de Relaciones Corporativas



Fuente: elaboración propia, 2025

Descripción detallada de las iniciativas

• Área de Enfoque: Ética y Gobierno Corporativo

La estrategia para esta área de enfoque es contar un código de Ética y Conducta, éste es fundamental para fortalecer el Gobierno Corporativo, pues proporciona una guía clara acerca de los valores, principios y comportamientos esperados dentro de la aplicación de labores tanto dentro como fuera de la empresa. Al ser la empresa una pyme, tener este código fomenta la confianza tanto interna como externa, de esta manera se mejora la reputación y se evita conflictos y riesgos legales y éticos.

Este código deberá contar con una serie de estatutos: introducción donde se explique el propósito del documento, lugares donde será aplicado el código, principios generales de ética (integridad, respeto, responsabilidad, puntualidad, transparencia, entre otros), conducta esperada en el lugar de trabajo (prohibición de acoso, maltrato, discriminación, cumplimiento de normas y leyes, confidencialidad, uso adecuado de los recursos, entre otras cosas), relación con los grupos de interés (trato honesto, respetuoso, enfocado a la calidad, justicia, bienestar social y ambiental,

entre otros), prevención de conflictos de interés (definición del concepto de conflicto de interés y formas para gestionarlos de manera transparente), prácticas de anticorrupción (prohibiciones de sobornos, extorsión, corrupción o cualquier práctica ilegal), sostenibilidad y responsabilidad social (explicar las iniciativas y promover el cumplimiento de las prácticas), canal de denuncias (sistema para reportar violaciones al código, así como garantizar la confidencialidad y resolución), acciones disciplinarias (definir las consecuencias de incumplir el código y las sanciones respectivas) y por último la aprobación y firma de parte de la Gerencia General y de todos los colaboradores.

- Área de Enfoque: Prácticas laborales y derechos humanos

Para este enfoque la estrategia es aplicar algunas iniciativas de salario emocional. Cuando se habla de salario emocional, se hace referencia a los beneficios no monetarios que un colaborador recibe por su trabajo. En la búsqueda de generar un impacto positivo particularmente en este grupo de interés interno, se pretende realizar acciones como: equilibrio entre trabajo y vida personal permitiendo tener flexibilidad de horarios, donde la persona podrá tener tiempo libre siempre y cuando haya cumplido con las metas y objetivos planteados en su jornada laboral. Otra de las iniciativas es la capacitación, no solo en el campo de trabajo correspondiente a cada colaborador, sino, además, cabe la posibilidad de poder optar por formación en otras áreas de trabajo acordes al campo del trabajador. Esto podrá llevarse a cabo utilizando las herramientas de capacitación gratuitas disponibles para las pymes en el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Instituto Nacional de Aprendizaje, Programas de múltiples empresas privadas, así como en plataformas digitales gratuitas como Linkdnd o Enko.

Aparte de la capacitación, dentro del salario emocional está la iniciativa de que el colaborador reciba reconocimientos en forma de incentivos como tarjetas de regalo, entradas al cine o paseos-excursiones por el cumplimiento de metas trimestrales o semestrales.

- Área de Enfoque: Sostenibilidad Ambiental

En el tema de la sostenibilidad ambiental, la estrategia es usar eficientemente los recursos disponibles, para este caso serían: energía eléctrica, combustible, tintas de impresora y resmas de papel. Se empezará la lectura de los consumos por mes y se llevará una bitácora donde por cada rubro se muestra si hay un ahorro. Para poder lograr un ahorro significativo todos los colaboradores de la empresa deberán seguir una serie de recomendaciones, por ejemplo: cambio de bombillas a tecnología LED, sustitución de equipos de cómputo viejos por versiones más eficientes

energéticamente, desconexión de aparatos electrónicos cuando no estén en uso, uso de espacios con luz natural, mantenimiento regular de los vehículos, optimización de rutas para minimizar los kilómetros recorridos, uso de transporte compartido, utilización de herramientas digitales y en la nube para evitar impresiones (tintas y papel).

Bajo esta perspectiva de sostenibilidad ambiental, la segunda estrategia es el programa de reciclaje de residuos (vidrio, aluminio, papel, plástico y orgánicos) y dentro de las acciones por llevar a cabo está la compra de los basureros especiales para este fin, si la basura se clasifica de manera eficiente, la Municipalidad de Moravia tiene una ruta semanal de recolección de basura reciclable.

- Área de Enfoque: Compromiso con la comunidad

Para esta área social, la estrategia por llevar a cabo es la Desarrollo Profesional Acelerado, donde a través de una alianza con los colegios técnicos de la zona, dos estudiantes de escasos recursos y los cuales estén avanzados en las carreras tecnológicas o de comercio (informática, mercadeo, inteligencia artificial, redes, entre otras) podrán ser contratados para realizar pasantías o prácticas profesionales, serán completamente remunerados por su trabajo y a la vez recibirán capacitación de parte de los ingenieros de la empresa, de esta manera y a través de trabajo en campo podrán ganar experiencia. Eso les permitirá optar por trabajos mejor remunerados y mayor experiencia.

Tabla 8: Resumen de las estrategias y acciones según área de enfoque

Enfoque	Ética y Gobierno Corporativo	Prácticas Laborales y Derechos Humanos	Sostenibilidad Ambiental	Compromiso con la comunidad
Estrategia	Contar con un código de Ética y Conducta.	Plan de Salario Emocional	1. Uso eficiente de los recursos disponibles 2. Programa de reciclaje de residuos	Desarrollo Profesional Acelerado
	Confección del código de Ética y Conducta. Este debe ser aceptado por cada colaborador	Conciliación vida laboral a través de horarios flexibles. Capacitación	1. Medición mensual de los recibos de electricidad, agua, combustible, tintas de impresora y papel.	En conjunto con los colegios técnicos de la zona, escoger al menos dos estudiantes prontos a finalizar su carrera técnica, para que puedan

Acción		Reconocimientos por logro de objetivos: tarjetas de regalo, entradas al cine, paseos grupales, entre otras cosas	2. Colocación de basureros rotulados para reciclaje de vidrio, papel, aluminio y plástico, además de la colocación de un basurero especial para desechos compostables	hacer su práctica profesional y pasantías en la empresa. Además de esto, se les dará una serie de capacitaciones por parte los ingenieros de la empresa, en ellas aprenderán nuevas habilidades relacionadas con su campo de estudio. Su trabajo será 100% remunerado.
--------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: elaboración propia, 2025

Cronograma de implementación

Con respecto de la calendarización de las acciones pendientes de llevar a cabo, se realiza un cronograma como herramienta con el fin de programar las tareas, para mejor visualización, se especifica las áreas de enfoque y se marca el mes donde se llevará a cabo la actividad. Cabe resaltar, a pesar de no tener un expertis amplio en la puesta en marcha de este tipo de programas, el presente cronograma este hecho de manera realista y podría tener cambios según el desenvolvimiento del programa durante su implementación.

Tabla 9: Cronograma de implementación

Enfoque	Acciones por realizar	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Ética y Gobierno Corporativo	Creación y redacción del código de ética	■	■									
	Aceptación y firma del código de ética			■								
Prácticas laborales y Derechos Humanos	Creación del programa de salario emocional	■	■									
	Entrega de incentivos del programa de salario emocional a los colaboradores			■				■				■
	Programación de capacitaciones	■			■			■			■	
Sostenibilidad Ambiental	Medición mensual del uso eficiente de los recursos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Compra e instalación de basureros de reciclaje y compostera	■										
Compromiso con la comunidad	Alianza con colegios técnicos vocacionales	■				■						
	Contratación de un estudiante para pasantías		■			■			■			
	Contratación de un estudiante para práctica profesional									■	■	■
	Capacitaciones para estudiantes		■			■			■	■	■	■

Fuente: elaboración propia, 2025

Recursos Necesarios

Los recursos por mencionar en esta sección son importantes, porque garantizarán la correcta implementación y ejecución del plan. Estos son la base para transformar el plan propuesto en acciones concretas y efectivas, maximizando el impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente. Sin estos recursos, las buenas intenciones que tiene la empresa de ejecutar acciones de sostenibilidad, serían ineficaces y podrían perder credibilidad.

Los recursos necesarios para dichas iniciativas son los siguientes:

- **Recursos Humanos:** es necesario contar con las capacidades de todos los colaboradores, pues son piezas importantes para la ejecución del plan al formar parte de los stakeholders internos. Por su parte, también son necesarios para el programa de capacitaciones a los estudiantes que se contratará.

- **Recursos Materiales:** dentro de los requerimientos de materiales se encuentra la compra de los basureros especiales para el plan de reciclaje de residuos, también la compostera para la basura orgánica. Por otro lado, es necesaria la compra de equipos tecnológicos como computadoras portátiles para las nuevas contrataciones.

- Recursos Financieros: el financiamiento de este plan proviene del capital disponible para inversiones. La compra de los recursos materiales y otros gastos posibles de presentarse durante la ejecución del plan, serán tomados de este capital.

- Recursos Estratégicos: se refiere a las alianzas necesarias con los colegios técnicos vocacionales de la zona. Además, de las alianzas con otras instituciones las cuales serán de mucho aporte en el tema de las formaciones y capacitaciones en materia de sostenibilidad, como son: Ministerio de Economía, Industria y Comercio y su programa de Gestión en Sostenibilidad para Pymes, así como el Instituto Nacional de Aprendizaje y su servicio de Gestión Empresarial, donde imparten charlas, talleres, capacitaciones, asesorías, no solo en temas de sostenibilidad, sino, además, en otras áreas de interés. Existen otras organizaciones privadas que ofrecen de manera gratuita alianzas para la formación en esta materia y la empresa puede hacer uso de ellas.

Indicadores clave de desempeño en RSE

Estos indicadores son fundamentales por cuanto permiten medir, evaluar y gestionar el impacto de las iniciativas planteadas en este plan, de esta manera poder identificar los progresos y llevar a cabo una rendición de cuentas clara y transparente, beneficiando a la empresa, a los grupos de interés y al entorno en general.

Métricas de progreso y éxito

Según se comenta anteriormente, es necesario tener un seguimiento continuo el cual permita monitorear los avances de las acciones realizadas con los objetivos establecidos. Esto permitirá no solo ver el impacto real, sino también la identificación temprana de problemas u obstáculos que puedan comprometer el cumplimiento satisfactoria del plan. Al ser la primera vez que la empresa implemente un plan de responsabilidad social, es esencial llevar las métricas para cuantificar los resultados tangibles y poder justificar cualquier inversión financiera o de tiempo y recursos humanos.

Enseguida se presenta una matriz de los indicadores necesarios de medir para este plan:

Tabla 10: Indicadores de gestión en RSE

Enfoque	Acción	Objetivo	Fórmula	Periodicidad
Ética y gobierno corporativo	Aceptación y firma de Código de Ética y Conducta	Lograr que todos los colaboradores firmen y acepten el código	1 firma por colaborador	Una sola vez
Salario emocional y derechos humanos	Flexibilidad de horario	Debera cumplirse como mínimo la meta de actividades diarias al 100%	Horario de llegada fijo y el horario de salida depende del rendimiento del colaborador	Todos los días laborales
	Reconocimientos a través de incentivos	Crecimiento en ventas en un 10% mensual	$Ventas\ mes\ presente \geq Ventas\ mes\ anterior$	Cuatrimestral
	Capacitación	Recibir capacitación de algún tema de interés relacionado con el puesto de trabajo	1 capacitación por colaborador	Cuatrimestral
Sostenibilidad Ambiental	Medición mensual del uso eficiente de los recursos	Disminuir el consumo de electricidad en un 1% mensual	$Gasto\ energético\ mes\ actual \leq gasto\ energético\ mes\ anterior$	Mensual
		Disminuir el consumo de combustible	$Gasto\ combustible\ mes\ actual \leq gasto\ combustible\ mes\ anterior$	Mensual
		Disminuir el consumo de tinta de impresión	$Gasto\ tintas\ mes\ actual \leq gasto\ tintas\ mes\ anterior$	Mensual
		Disminuir el consumo de papel bond	$Gasto\ resmas\ de\ papel\ mes\ actual \leq gasto\ resmas\ de\ papel\ mes\ anterior$	Mensual
	Reciclaje de desechos y compostera	Lograr que la cantidad (medición por peso) de desechos reciclajes sea mayor	$Kilos\ desechos\ semana\ actual \geq kilos\ de\ desechos\ semana\ anterior$	Semanal
Compromiso con la comunidad	Contratación de estudiante para pasantía	Contratar estudiante para pasantía	Un estudiante que complete un mes de pasantía	Cuatrimestral
	Contratación de estudiante para práctica profesional	Contratar estudiante para práctica profesional	Un estudiante que complete tres meses de práctica profesional	Último cuatrimestre
	Capacitaciones para estudiantes	Completar una capacitación durante el tiempo laborado	Una capacitación por estudiante	Una sola vez

Fuente: elaboración propia, 2025

Presupuesto

A continuación, se presenta el presupuesto asignado para este plan. Es esencial poder contar con un presupuesto previamente definido y autorizado por la Gerencia General de la empresa, pues ello permite planificar, gestionar y maximizar los recursos financieros disponibles. El presupuesto es una herramienta fundamental, garantiza el éxito y la sostenibilidad de las iniciativas.

Asignación de recursos financieros

Estos recursos van a garantizar la viabilidad del plan, de esta manera tener una planificación precisa de cada actividad por realizar y la prevención de sobrecostos o imprevistos. Este presupuesto asegura cada acción sea financieramente factible. El presupuesto es el siguiente:

Tabla 11: Presupuesto

Enfoque	Categoría	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ética y gobierno corporativo	Suministros varios	€10 000	€10 000									
Prácticas Laborales y Derechos Humanos	Incentivos			€250 000				€250 000				€750 000
Sostenibilidad Ambiental	Basureros	€45 000										
	Compostera	€72 000										
	Artículos de limpieza	€10 000	€10 000	€10 000	€10 000	€10 000	€10 000	€10 000	€10 000	€10 000	€10 000	€10 000
Compromiso con la comunidad	Salario profesional 1	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000	€1 000 000
	Salario profesional 2	€450 000	€450 000	€450 000	€450 000	€450 000	€450 000	€450 000	€450 000	€450 000	€450 000	€450 000
	Salario profesional 3		€250 000			€250 000			€250 000			
	Computadoras portátiles	€180 000	€180 000							€180 000		
	Accesorios tecnológicos	€50 000	€50 000							€50 000		
	Compra de suministros de oficina	€5 000	€5 000	€5 000	€5 000	€5 000	€5 000	€5 000	€5 000	€5 000	€5 000	€5 000
	Gastos actividades inicial y final	€100 000										
Otros Gastos	Servicios profesionales Página Web y manejo de redes sociales	€150 000	€150 000	€150 000	€150 000	€150 000	€150 000	€150 000	€150 000	€150 000	€150 000	€150 000
	Servicios profesionales diseño de artes y confección de videos	€40 000	€40 000	€40 000	€40 000	€40 000	€40 000	€40 000	€40 000	€40 000	€40 000	€40 000
	Contingencia	€25 000	€25 000	€25 000	€25 000	€25 000	€25 000	€25 000	€25 000	€25 000	€25 000	€25 000
	SUBTOTAL	€2 137 000	€2 170 000	€1 930 000	€1 680 000	€1 930 000	€1 680 000	€1 930 000	€1 930 000	€1 930 000	€1 910 000	€1 680 000
TOTAL		€21 507 000										

Fuente: elaboración propia, 2025

Estructura organizacional y responsabilidades

Tener una estructura organizacional clara e identificadas las personas responsables de cada acción, permite implementar el plan de RSE con una coordinación definida y clara, de esta manera es más sencillo asignar los recursos y reconocer cuáles serían las personas quienes poseen el liderazgo en cada área. Además, es sumamente importante recordar que dentro de la estrategia de la empresa está la contratación de un recurso, este tendrá funciones como Encargado de Relaciones Corporativas y será responsable de realizar el seguimiento, mediciones y divulgación del plan.

Enseguida se presenta la estructura según el enfoque y las acciones por realizar, así como el respectivo departamento responsable:

Tabla 12: Responsables de las acciones por realizar para el plan de RSE

Enfoque	Acciones por realizar	Responsables
Ética y Gobierno Corporativo	Creación y redacción del código de ética	Departamento de Relaciones Corporativas
	Aceptación y firma del código de ética	Departamento de Relaciones Corporativas
Prácticas laborales y Derechos Humanos	Creación del programa de salario emocional	Gerencia General
	Entrega de incentivos del programa de salario emocional a los colaboradores	Gerencia Comercial
	Programación de capacitaciones	Departamento de Ingeniería y Consultoría
Sostenibilidad Ambiental	Medición mensual del uso eficiente de los recursos y su respectiva tabulación	Encargado de Relaciones Corporativas
	Compra e instalación de basureros de reciclaje y compostera	Departamento de Relaciones Corporativas
Compromiso con la comunidad	Alianza con colegios técnicos vocacionales	Departamento de Relaciones Corporativas
	Contratación de un estudiante para pasantías	Gerencia Comercial
	Contratación de un estudiante para práctica profesional	Gerencia Comercial
	Capacitaciones para estudiantes	Departamento de Ingeniería y Consultoría
Otras funciones	Seguimiento general del plan	Departamento de Relaciones Corporativas
	Divulgación de los resultados mensuales tanto a lo interno como a lo externo de la empresa	Departamento de Relaciones Corporativas

Fuente: elaboración propia, 2025

Plan de comunicación

Es importante la empresa comunique los resultados de las acciones realizadas en su plan de RSE, con esto, puede demostrar a sus grupos de interés, el compromiso de la empresa con la sostenibilidad. Dicha comunicación generará confianza y fortalecerá su reputación al mostrar el impacto tangible de su plan.

Los resultados del plan de RSE comunicados de manera efectiva, constituyen una forma de motivar a los colaboradores, fidelizar a los clientes y fortalecer las relaciones públicas. Es crucial para que las acciones realizadas sean reconocidas y comprendidas tanto dentro como fuera de la empresa, generando valor para todos los stakeholders.

Estrategias para comunicar las iniciativas de RSE interna y externamente

En esta parte, se definirá las estrategias y los canales internos y externos de la empresa. Para ambas partes las estrategias deben generar sensibilización en los grupos de interés y así, maximizar el impacto de los resultados. Enseguida se puede conocer dichas estrategias internas y externas:

- Estrategias internas:

1. Para la introducción del plan por primera vez a los colaboradores, se hará una actividad para presentarlo y explicar su funcionamiento.

2. La forma de comunicar las acciones que se realiza, así como sus resultados e impactos, será a través de un boletín digital interno, donde una vez recolectados los informes de cada mes, se confeccionará dicho boletín con los avances del plan y se envía por correo electrónico a todos los colaboradores.

3. En las reuniones por realizar mensualmente se mencionará dichos logros. Sin embargo, a través de estos canales de información, no solo se va a comunicar de los avances, además, se va a exponer las acciones que llevaron a esos resultados y además se comunicará los obstáculos o problemas posibles de surgir en la ejecución del plan, con el fin de corregir potenciales errores.

4. A mitad del plan, a los seis meses de estar ejecutándose, se realizará una encuesta interna para obtener retroalimentación acerca del plan.

5. Para finalizar el plan anual de RSE se estará cerrando con una actividad interna donde se compartirá opiniones, experiencias e historias en torno a este.

Figura 16: Ejemplo de boletín informativo mensual

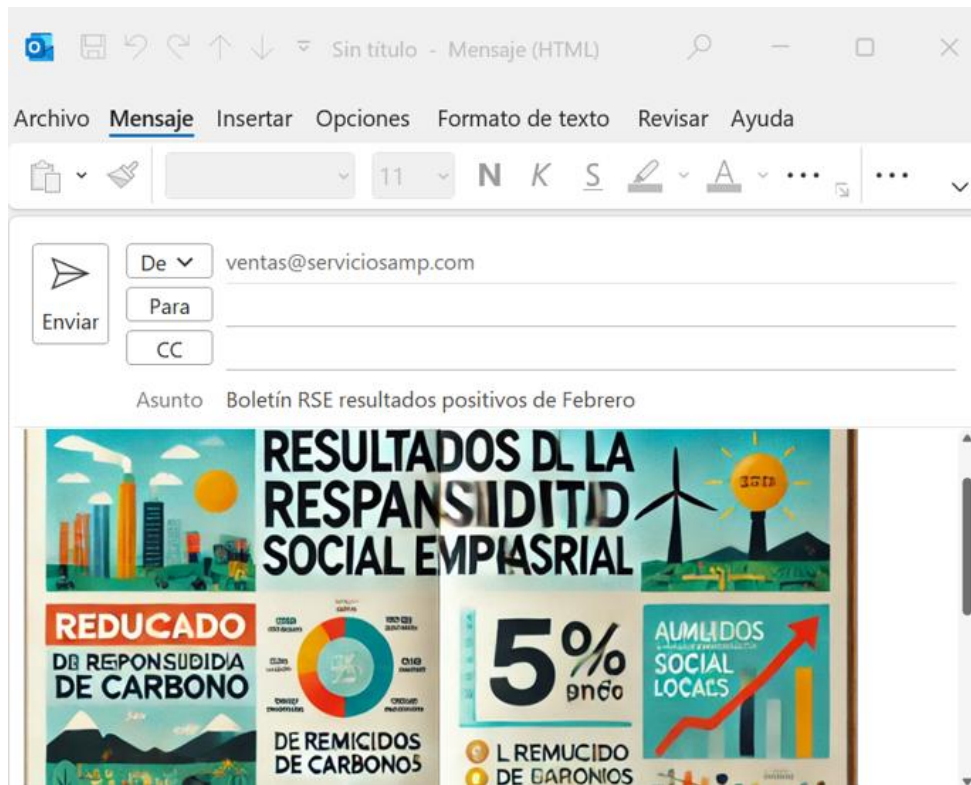


Fuente: Microsoft, 2025

• Estrategias externas:

1. Para introducir el plan de RSE con los stakeholders externos se publicará un boletín en las redes sociales de la empresa y pueda ser visto por todos los stakeholders.
2. Para aquellos stakeholders clasificados con un nivel de influencia e interés bajo, se personalizará un correo electrónico para que la comunicación les llegue también por este medio.
3. Este boletín será publicado en la página web de la empresa.
4. A mitad del plan, a los seis meses de estar ejecutándose, se realizará una encuesta externa para obtener retroalimentación acerca de este.
5. Cuando finalice el plan de RSE para el período 2025, se estará realizando un video donde se documentará cada uno de los casos de éxito de este plan.
6. Este video será publicado en redes sociales y además, el video se hará llegar a las entidades gubernamentales las cuales colaboraron con el tema de capacitaciones, (las instituciones mencionadas: MEIC, INA, empresa privada, entre otras) y, se les pedirá que el video pueda ser publicado dentro de sus campañas de comunicación, si fuera posible.

Figura 17: Ejemplo de correo electrónico con boletín informativo mensual



Fuente: Microsoft, 2025

Tabla 13: Calendario de Actividades de Comunicación del Plan de RSE

Objetivo	Mes	Semana	Actividad
Introducir el plan a los stakeholders internos	1	1	Actividad interna para presentar el plan y explicar su funcionamiento
	1	2	Boletín interno con detalles del plan
Introducir el plan con los stakeholders externos	1	2	Publicación de boletín en redes sociales y página web: anuncio de compromiso con la RSE
Difusión externa	1	3	Publicación de un video en redes sociales y página web: explicación de objetivos del plan
Mostrar avances y promover la participación activa de los stakeholders internos	2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	1	Boletín interno con avances y resultados del mes
Mostrar avances y promover la participación activa de los stakeholders externos	2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,13	2	Publicación de boletín en redes sociales y página web: avances y resultados del mes
Mostrar avances y promover la participación activa de los stakeholders externos con alta influencia e interés	2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,14	2	Envío de boletín por correo electrónico a los stakeholders de alta influencia e interés
Consolidar el interés y refuerzo del compromiso	6	1	Realizar una encuesta a los stakeholders internos y externos para obtener retroalimentación del plan
Envío de información a entidades gubernamentales	12	4	Envío de video informativo con los resultados totales del plan anual de RSE
Finalizar el plan de RSE anual	12	4	Actividad interna para compartir opiniones, experiencias e historias en torno al plan

Fuente: elaboración propia, 2025

Gestión de riesgos

Para lograr el plan de RSE pueda asegurar la sostenibilidad y mantener impactos positivos, es necesario contar con una gestión de riesgos. Con ello, se minimiza el impacto negativo evitando situaciones que dañen la reputación de la empresa. Por otro lado, la gestión de los riesgos puede anticipar cambios socioeconómicos y ambientales, de esta manera poder adaptarse a nuevas tendencias o incorporar cambios para el cambio de escenarios.

Identificación y mitigación de posibles riesgos

En Costa Rica, las pymes que desarrollen algún tipo de plan de RSE pueden tener riesgos sociales, económicos, operativos, ambientales, entre otros. Enseguida, los posibles riesgos más relevantes y su mitigación:

Tabla 14: Riesgos y estrategias de mitigación

RIESGO	ESTRATEGIA DE MITIGACIÓN
Falta de recursos financieros	Contar con otras líneas de financiamiento
Falta de compromiso de los colaboradores	Sensibilización del personal a través de la capacitación y educación. Entrega de incentivos.
Conflictos con la comunidad	Involucrar a la comunidad desde el inicio del plan
Desastres naturales, pandemias, fenómenos que no se puede controlar	Plan de continuidad de negocios y entrenamiento del personal en medidas de seguridad. Contar con un plan de emergencia.
Malas críticas de los grupos de interés	Documentar toda la implementación del plan para evaluar el progreso y los beneficios para poder demostrar los impactos positivos.

Fuente: elaboración propia, 2025

Plan de evaluación y mejora continua

Contar con un plan de evaluación y mejora continua es parte del plan de RSE, porque asegura la efectividad y evidencia la relevancia de las acciones ejecutadas. A través de este plan se monitorea los resultados, se identifica las áreas por optimizar para incorporar mejores prácticas. También, contribuye a la comunicación efectiva y la rendición de cuentas de manera transparente y documental.

Proceso para monitorear, evaluar y ajustar el plan

Este proceso busca realizar evaluaciones periódicas por parte de los grupos de interés, de esta manera se asegura el trabajo realizado en esta materia esté siendo efectivo y sea alineado con los objetivos. Si fuera necesario realizar algún cambio al plan, este proceso podría colaborar en hacer esos cambios de forma rápida y adaptable.

Dicho proceso arranca a partir de los indicadores de gestión expuestos y sería el siguiente:

1. Revisar y documentar mensualmente los datos internos de las acciones realizadas para poder medir el impacto.

2. Revisar, documentar y evaluar semestralmente con los stakeholders a través de una entrevista, cómo se percibe el impacto. Esto se realizará con aquellos con alto nivel de influencia e interés.
3. Los datos recopilados se ingresarán a una hoja de cálculo para su análisis.
4. Realizar el análisis de datos, se revisará si las acciones efectuadas, sus impactos y las comunicaciones están enfocadas en los objetivos establecidos en el plan.
5. Si existiera alguna acción, la cual se esté desviando de los objetivos, se debe evaluar si se incorpora al plan o por el contrario debe corregirse.
6. En caso de que esta acción se deba incorporar al plan, es imprescindible analizar si requiere asignación de recursos y presupuesto.
7. Esta evaluación debe quedar reflejada en un informe que contenga datos cuantitativos y cualitativos.
8. Esta evaluación debe estar en todo momento respaldada con la documentación pertinente.
9. La evaluación debe ser publicada según la estrategia de comunicación, resaltando aquellos aspectos que causaron más impacto.

Alianzas y colaboraciones

Por cuanto la empresa cuenta con un presupuesto limitado, para potenciar su capacidad de generar impacto a la sociedad, es importante contar con alianzas y colaboraciones de otras organizaciones o empresas, principalmente en lo respectivo a la transferencia de conocimientos y habilidades. Ya sea desde la empresa hacia la comunidad o viceversa.

Alianzas Estratégicas para apoyar las iniciativas de RSE

Contar con alianzas, aumentará la buena reputación y credibilidad de la empresa, así como el cumplimiento acelerado de los objetivos. A continuación, se puede ver cuáles son las principales alianzas y colaboraciones según el plan:

- Alianza con colegios técnicos vocacionales de la zona: tales como el Colegio Técnico Profesional Abelardo Bonilla Baldares, ubicado en Parasito de Moravia, el Colegio Técnico Profesional Vázquez de Coronado, ubicado en San Antonio de Coronado o el Colegio Técnico Profesional de Purrál, ubicado en Purrál de Goicoechea. Este tipo de colegios cuentan con un

departamento de comunicación con la empresa, donde las entidades pueden acercarse a solicitar recursos para prácticas profesionales o viceversa.

- Colaboraciones de mecanismos gubernamentales: se refiere a los programas para pymes en áreas como sostenibilidad, las cuales llevan a cabo el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, así como el Instituto Nacional de Aprendizaje y la empresa privada, a modo de ejemplo, Hewlett Packard en Costa Rica a través de su Programa HP Life ofrecen capacitaciones gratuitas para pymes en diferentes áreas.

Conclusiones y recomendaciones

A manera de conclusión, se debe mencionar este plan está alineado con las principales problemáticas de la comunidad, sin embargo, no se participa en cada una de ellas, sino, las problemáticas por abordar fueron escogidas según las capacidades financieras y humanas de la empresa, así como en el análisis de las necesidades y expectativas de los stakeholders. Quiere decir, al ser la empresa AMP Solution una pyme no es posible involucrarse en todas las problemáticas, por ello la estrategia es a medida.

El plan busca tener un impacto positivo dentro de la sociedad, tanto en el aspecto socioeconómico como en ambiental, por tal razón se espera un aporte significativo en las áreas de enfoque seleccionadas.

Se recomienda al Departamento de Relaciones Corporativas, realizar el debido proceso del plan, siempre enfocándose en los objetivos de este, no perder de vista el seguimiento y la estrategia de comunicación, así como la medición y la evaluación constante de las acciones realizadas, para así poder efectuar una rendición de cuentas ética y transparente.

La participación de los colaboradores es la columna vertebral de este plan, son ellos quienes implementarán las iniciativas y tendrán el compromiso de llevar a cabo una cultura organizacional positiva en cuanto a sostenibilidad se refiere. Tomando en cuenta esta es la primera vez que la empresa implementa un plan de este tipo, puede haber cambios o áreas de mejora, por lo cual, la adaptabilidad y flexibilidad son importantes para ajustar las estrategias conforme avanza el plan. Recordando siempre que ejecutar un plan de RSE no es solo una estrategia de mercadeo, sino una forma de contribuir positivamente al entorno donde se opera, creando en todo momento valor a corto, mediano y largo plazo para los involucrados.

Por último, se recalca la importancia de que las pymes tengan participación dentro de la sociedad en temas de responsabilidad social, no solo por razones estratégicas, sino por el

compromiso social implicado. En Costa Rica, existen iniciativas y programas diseñados especialmente para las pymes por parte de entidades gubernamentales y apoyados por la empresa privada, ello se debe a ser un país líder mundial en sostenibilidad.

Debe señalarse que las pymes cuya decisión es implementar planes de RSE, pueden obtener beneficios tangibles, entre ellos la reducción de costos operativos, en este caso, sería la energía eléctrica, el combustible, las tintas y papel bond, así como la reducción de basura al tener un plan de reciclaje de vidrio, papel, plástico, aluminio y orgánicos. Otro de los beneficios tangibles es el aumento en la participación de mercado y, por ende, el aumento en las ventas, también muchas entidades financieras ofrecen acceso a financiamiento a aquellas pymes con enfoque sostenible.

Dentro de los beneficios intangibles posibles de obtener por la empresa están la mejora de la reputación y fidelización de clientes, relaciones más fuertes con las comunidades, tener una cultura organizacional más positiva y motivada, tener un impacto social y ambiental positivo y también se abre posibilidades de participar en mercados internacionales.

La combinación de todos estos beneficios debe motivar a las pymes a trabajar en estrategias de sostenibilidad tanto a corto como a mediano y largo plazo.

APÉNDICES

Apéndice A: Instrumento de Recolección de Información

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS ENTREVISTA A LAS PARTES INTERESADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS Entrevista # _____

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN GERENCIA

Nombre del entrevistado: _____

Grupo de Interés al que pertenece: _____

Entrevista para responsables de Grupos de Interés

Estimado señor:

Esta entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solutions y las acciones correspondientes en materia de Responsabilidad Social Empresarial. Por lo anterior, se le solicita su colaboración para responder a las interrogantes que se le presentan. La información suministrada es para fines académicos, con la finalidad de proveer los datos necesarios para realizar un estudio. De antemano, se agradece su colaboración.

PRIMERA PARTE: PROBLEMÁTICA SOCIAL

A continuación, se hace referencia a las problemáticas sociales del cantón de Moravia. Responda abiertamente según sus conocimientos y experiencias al respecto.

1. ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

2. Desde una perspectiva de sostenibilidad, mencione una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las siguientes aristas:

- Económica: _____
- Social: _____
- Ambiental: _____

Observaciones adicionales

SEGUNDA PARTE: NECESIDADES Y EXPECTATIVAS

En esta sección, se hace referencia a las necesidades y expectativas que tiene usted como grupo de interés. Responda abiertamente según sus conocimientos y experiencias al respecto.

3. Desde su rol de (inversionista, cliente, proveedor, competencia, colaborador, etc) ¿Cuáles considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

4. Desde su punto de vista ¿Qué es una empresa socialmente responsable y que espera de ella?

Observaciones adicionales

TERCERA PARTE: ACCIONES CORRESPONDIENTES

Por último, se hace referencia a las acciones que podrían llevarse a cabo para contribuir a minimizar la problemática social de Moravia. Responda abiertamente según sus conocimientos y experiencias al respecto.

5. ¿En qué área (económica, social y ambiental) cree usted que el aporte de la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

6. ¿Qué acciones cree usted, que la empresa AMP Solution puede llevar a cabo para considerarse una pyme socialmente responsable?

Observaciones adicionales

¡Muchas gracias por su colaboración!

Apéndice B: Transcripciones de las entrevistas

Entrevista 1

Entrevistado: Sra. Isela Mora/Inversionista

Entrevistadora: Hola doña Isela, un gusto saludarla, como le comenté anteriormente, necesito que me permita un espacio para realizar una entrevista, que es parte de los requisitos que debo cumplir para realizar el trabajo final de graduación, entonces le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: bueno, yo no soy de Moravia, entonces no sabría cuáles son puntualmente las problemáticas propias del cantón, sin embargo, si vemos los problemas sociales que tenemos los costarricenses a nivel país, estoy segura que Moravia no está exenta de inseguridad social, narcotráfico, accidentes de tránsito, entre otras cosas

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental?

Entrevistado: bueno en la parte económica, siempre se necesitan recursos para llevar a cabo programas de responsabilidad social, estoy segura que la municipalidad tiene muchos planes y

poco presupuesto. Por otro lado, en la parte social, como le comenté en la pregunta anterior la inseguridad y en la ambiental pues en todos los cantones hay problemáticas de manejo de residuos.

Entrevistadora: desea aportar alguna observación con respecto a las preguntas anteriores

Entrevistado: Si, pues si bien es cierto no conozco a fondo las problemáticas sociales de Moravia, vivimos en un país muy pequeño, donde los problemas de un lugar son casi idénticos a otro lugar, igual yo soy de Aserrí y no creo que los problemas sean muy diferentes en esta parte de San José.

Entrevistadora: Muy bien Isela, la segunda parte de la entrevista se refiere a las necesidades y expectativas de los stakeholder. ¿Desde su rol como inversora de la empresa, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: sin duda alguna, lo que yo necesito es que el dinero que estoy invirtiendo en AMP Solution, me genere buenos dividendos o utilidades. Es esencial y urgente que al menos el dinero invertido tenga ganancias favorables, no puede existir perdidas de dinero en ninguna circunstancia

Entrevistadora: ¿Qué otra cosa debe cumplir la empresa?

Entrevistado: ética, debe ser una empresa, que, aunque sea pequeña, haga las cosas bien, que los clientes no se quejen ni dejen de tomarnos en cuenta solo por una cuestión de falta de transparencia, desde poner un clavo hasta instalar una solución de ciberseguridad, la ética debe estar presente en todo momento.

Entrevistadora: para usted, ¿qué es una empresa socialmente responsable?

Entrevistado: yo no sabría responder bien porque no me queda claro cuál es la definición de empresa socialmente responsable, del poco conocimiento que tengo del tema, supongo que se refiere a programas de reciclaje y temas ambientales. ¿O no?

Entrevistadora: Una empresa socialmente responsable se refiere a una empresa que considera no solo beneficios económicos, sino también el impacto que tiene cada una de sus actividades en la sociedad. No solo en el ámbito ambiental sino también en el social y el económico.

Entrevistado: es lo que realizan la mayoría de las empresas consideradas como las grandes del país y del mundo. He visto empresas grandes haciendo campañas de este tipo. Teniendo esta definición, podría esperar que AMP tenga al menos una actividad en pro de la sociedad, sin embargo, considero que es un tema para la gran empresa y no para una pyme.

Entrevistadora: ¿para esta sección de necesidades y expectativas, tiene algún dato adicional que aportar?

Entrevistado: Por ahora no

Entrevistadora: la última parte es sobre las acciones que la empresa podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. La pregunta sería: en que área: social, económica o ambiental, ¿cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: pues en ninguna, según lo que entiendo son cosas de grandes empresas, no veo una pyme realizando este tipo de acciones, ¿de dónde sacaría dinero?, ¿de dónde el tiempo y el conocimiento? No veo a una pyme en estas cosas, con que sea rentable y sostenible en el tiempo y todos los años haya un crecimiento económico escalonado es más que suficiente. Es una pyme, no se le puede exigir algo tan grande.

Entrevistadora: ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: si la empresa pudiera ser algo, yo esperaría que se mantenga dentro de la ética empresarial. La transparencia en su gestión, garantizaría una imagen que puede ser muy importante para el renombre y crecimiento de la empresa.

Entrevistadora: para finalizar ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas?

Entrevistado: No estoy segura de los conceptos de los que hablamos, no sé si esta entrevista vaya servir para los fines académicos que usted persigue.

Entrevistadora: su opinión y sinceridad son valiosísimos, y me servirán bastante para el desarrollo de este trabajo, le agradezco el tiempo

Entrevistado: gracias a usted y a la orden.

Entrevista 2

Entrevistado: Licda. Ana María Montero/Proveedora

Entrevistadora: con esta entrevista pretendo cumplir con uno de los requisitos para realizar el trabajo final de graduación, le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto de la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: calles en muy mal estado, delincuencia y manejo de residuos.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental?

Entrevistado: desempleo en la parte económica, inseguridad en la parte social y el manejo de residuos en la parte ambiental.

Entrevistadora: ¿alguna observación adicional que quiera mencionar?

Entrevistado: No

Entrevistadora: vamos a continuar con la segunda parte de la entrevista, que se refiere a las necesidades y expectativas de los stackholder. ¿Desde su rol como proveedor, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: en la empresa AG & Jireh que es la empresa que yo represento aquí en Costa Rica, pretendemos siempre tener clientes que ofrezcan productos y soluciones de alta calidad, que sean innovadores y que haya un excelente servicio al cliente al usuario final. Que sean puntuales con los pagos a proveedores, que garanticen tiempos de entrega, y que el personal con el que trabajan, se encuentra en buenas condiciones laborales.

Entrevistadora: desde su punto de vista ¿Qué es una empresa socialmente responsable y que espera de ella?

Entrevistado: programas en pro del medio ambiente, reciclaje de residuos, uso adecuado de los recursos, y cualquier otro tema ambiental que concierna.

Entrevistadora: ¿con respecto a este punto de necesidades y expectativas, tiene algún dato adicional que aportar?

Entrevistado: el tema ambiental se ha vuelto súper importante, más que todo en Costa Rica donde la biodiversidad representa un porcentaje importante a nivel mundial, las empresas deben trabajar en temas relacionados con el ambiente si desean ser competitivas en el mercado, porque la competencia si lo está haciendo.

Entrevistadora: entramos a la última parte, de las acciones que AMP Solution podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Respóndame por favor en que área: social, económica o ambiental, ¿cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: en la ambiental

Entrevistadora: ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: Reciclaje de residuos, por ejemplo, no es solo reciclar si no hacer uso eficiente de los recursos, por ejemplo, ahorro en el consumo de combustible, papel, tintas, impresiones, cajas de cartón, etc. No es solo reciclar si no también producir menos.

Entrevistadora: para finalizar ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas?

Entrevistado: considero que una empresa que realice este tipo de acciones en este tiempo, es digno de aplaudir, ojalá AMP pueda meterse en este tipo de iniciativas que son buen vistas y que compiten muy bien en el mercado.

Entrevistadora: le agradezco el tiempo y muchas gracias.

Entrevista 3

Entrevistado: Sra. Adriana Soto/Cliente

Entrevistadora: el fin de esta entrevista es poder cumplir con uno de los requisitos para realizar el trabajo final de graduación, le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: en todo lado vivimos inseguridad, es un tema a nivel nacional. También puedo mencionar la desigualdad en todos los ámbitos, desigualdad por género, socioeconómica, laboral, de oportunidades.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental?

Entrevistado: la pobreza, la inseguridad y claro que la contaminación de ríos y de la naturaleza en sí, el exceso de basura es un problema.

Entrevistadora: ¿alguna observación adicional que quiera mencionar con respecto a este tema?

Entrevistado: problemáticas existen muchas, pero cuando pienso en Moravia, esto es lo que se me viene a la mente.

Entrevistadora: continuamos con la segunda parte de la entrevista, que se refiere a las necesidades y expectativas de los stakeholder. ¿Desde su rol como cliente, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: honradez, sinceridad, confianza, en estos años que tenemos de ser cliente de AMP la relación cliente-proveedor que se tiene es basada en la confianza, de que todas las necesidades que tenemos a nivel de tecnología son cubiertas de manera ética y muy profesional.

Entrevistadora: ¿qué más doña Adriana? ¿Qué otra cosa considera usted es una necesidad que debe si o si ser cubierta por la empresa?

Entrevistado: Puntualidad, responsabilidad, la parte de innovación es importante y claro está, tener un proveedor con prácticas sostenibles es importante, mucho más tomando en cuenta que la empresa que represento es una fundación sin fines de lucro.

Entrevistadora: Doña Adriana ¿Qué es una empresa socialmente responsable y que espera de ella?

Entrevistado: es una empresa que tiene una buena relación con la comunidad, que contribuye al desarrollo social de esta, ya sea por donaciones, programas comunitarios, voluntariado, etc.

Entrevistadora: ¿para esta sección donde hablamos de necesidades y expectativas, tiene algún dato adicional que aportar?

Entrevistado: yo trabajo para una fundación y el tema social es muy relevante, para nosotros es importantísimo tener proveedores sostenibles que brinden bienestar a sus allegados, ya sea con sus propios empleados, a la comunidad, con sus clientes, entre otras cosas.

Entrevistadora: la última parte de esta entrevista es sobre las acciones que AMP Solution podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Respóndame doña Adriana en qué área: social, económica o ambiental, cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: en las tres áreas puede ser relevante, es cuestión de definir un plan y echarlo a andar. Lo que se necesita es la voluntad de hacerlo.

Entrevistadora: ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: trabajar con la gente, la gente necesita apoyo, jóvenes, niños, madres solteras jefas de hogar que tienen otro tipo de emprendimiento, los sectores más vulnerables necesitan empresas les den un empujón para salir adelante. Yo considero que una empresa como AMP, podría relacionarse más con la comunidad adquiriendo un compromiso con esta gente, visualizando quienes necesitan más y poder llevar ayuda a los más necesitados. No es algo solo de las grandes empresas, desde la trinchera de cada uno, podemos hacer muchísimo.

Entrevistadora: para finalizar con este capítulo ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas?

Entrevistado: cuenten con mi representada, estamos abiertos a escuchar para ver la manera de llevar a la realidad iniciativas para el bien social.

Entrevistadora: muchas gracias.

Entrevista 4

Entrevistado: Sr. José González/Colaborador

Entrevistadora: como lo estábamos conversando don José, el fin de esta entrevista es poder cumplir con uno de los requisitos para realizar el trabajo final de graduación, le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: desempleo, pobreza y los cortes tan constantes de agua y luz que se dan, que es propio de Moravia.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental?

Entrevistado: económico sin duda la pobreza y el desempleo, social la criminalidad y ambiental, siempre se ha hablado de un tema de basura, ya no hay donde ponerla.

Entrevistadora: ¿tiene alguna observación adicional que quiera mencionar con respecto a este primer tema?

Entrevistado: otra problemática es la hay pocas empresas, en Moravia usted ve poca producción, por lo que supondría que esto es lo que provoca el desempleo y la falta de producción.

Entrevistadora: en esta segunda parte, que se refiere a las necesidades y expectativas de los stakeholder. ¿Desde su rol como colaborador, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: pagos de salario a tiempo, porque uno tiene responsabilidades. También que la empresa este al día con todas las obligaciones de planilla y que nos den las herramientas necesarias y seguras para poder llevar a cabo el trabajo, como por ejemplo, yo que soy encargado de servicio al cliente, necesito un equipo en buen estado, un lugar de trabajo optimo, con buen internet y que todos los programas informáticos funcionen. Yo hago teletrabajo y al principio trabajaba todo incomodo, un mes y tenía problemas de espalda, pero ahora nos dieron equipos ergonómicos y espacios libres necesarios para hacer descansos. Son pequeñas cosas pero que hacen que uno haga el trabajo de una mejor manera.

Entrevistadora: Doña José, para usted ¿Qué es una empresa socialmente responsable y qué espera de ella?

Entrevistado: no conozco yo esos temas

Entrevistadora: ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando le hablo de una empresa socialmente responsable?

Entrevistado: yo pienso que se enfoca en el medio ambiente y todo lo que tenga que ver con eso.

Entrevistadora: ¿Tiene algo más que agregar a esto que estamos conversando?

Entrevistado: no, solo que tenemos que informarnos más sobre este tema.

Entrevistadora: la última parte es sobre las acciones que AMP Solution podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Don José en que área: social, económica o ambiental, cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: en la social, si se hace un buen trabajo social y se da a conocer, puede darle un valor significativo a la empresa. En otras palabras, se puede mercadear como lo hacen las demás empresas, eso debe de traer un retorno de inversión interesante.

Entrevistadora: ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: Si, es en la parte social, podrían otorgar donaciones, se puede trabajar en conjunto con otras empresas, inclusive con la Municipalidad. Hay mucho que hacer en Moravia, muchas problemáticas.

Entrevistadora: ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas?

Entrevistado: No

Entrevistadora: muchas gracias.

Entrevista 5

Entrevistado: Ing. José Daniel Mora/Colaborador

Entrevistadora: Hola José Daniel, tal y como lo conversamos hace un rato, el fin de esta entrevista es poder cumplir con uno de los requisitos para realizar el trabajo final de graduación, le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto del tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: los problemas económicos, como la pobreza, falta de empleo, el estado actual de las carreteras y la violencia derivada de la delincuencia.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental?

Entrevistado: económico y social, la pobreza que es generada por la falta de empleo. En lo ambiental, la mala gestión de residuos. Las calles están sucias, aceras llenas de basura, inclusive, espacios como parques, están siempre con un alto grado de contaminación.

Entrevistadora: ¿tiene alguna observación adicional que quiera mencionar con respecto de este primer tema?

Entrevistado: estos problemas que mencione es lo que yo veo cuando estoy en Moravia, sin embargo, considero que es una problemática que vive todo el país, principalmente los cantones del GAM.

Entrevistadora: continuamos con la segunda parte, aquí nos referimos a las necesidades y expectativas de los stackholder. ¿Desde su rol como colaborador, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: seguros, vacaciones, aguinaldo, cotizar para la CCSS. Que haya un equilibrio entre el trabajo y la vida personal, salario emocional, que pueda tener oportunidades de crecimiento. También es importante la capacitación, la motivación y el reconocimiento, ser tomado en cuenta para las decisiones que se deben tomar.

Entrevistadora: la próxima pregunta es ¿Qué es una empresa socialmente responsable y que espera de ella?

Entrevistado: Son todas aquellas acciones que realiza una empresa a lo externo para buscar bienestar a la sociedad.

Entrevistadora: ¿Tiene algo más que agregar a esto que estamos conversando?

Entrevistado: quiero mencionar que toda práctica que realice la empresa que garantice sostenibilidad asegura que una empresa será socialmente responsable.

Entrevistadora: la última parte de esta entrevista es sobre las acciones que AMP Solution podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Según su opinión, en que área: social, económica o ambiental, cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: podrían ser las tres, pero como es una pyme considero que empezar por una es suficiente, un área, pero bien hecho, por ejemplo, en el área social hay muchas cosas que podrían hacerse.

Entrevistadora: ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: hay muchas cosas por hacer en el área social, inclusive en el área ambiental, pero enfocándose específicamente el área social, considero que la empresa tiene mucho conocimiento, así que podríamos formar un grupo de estudiantes de bajos recursos y transmitirles el conocimiento técnico que nosotros tenemos sin ningún costo para que estas personas tengan una herramienta para poder conseguir un trabajo digno. No hablo de convertir a la empresa en un instituto, pero si un plan de capacitación. No se estaría invirtiendo, solamente el tiempo para capacitar a gente que realmente tenga el interés. No sé si la empresa optará por una iniciativa de este tipo, pero es un ejemplo que podría darse y se logra hacer bien hecho, no es necesario realizar otra acción en otra área.

Entrevistadora: ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas?

Entrevistado: Hay muchas ideas y formas de lograrlo, por eso es importante la participación de los colaboradores en la toma de decisiones de la empresa, especialmente si se trata de una iniciativa de responsabilidad social, hay mucho que decir y que aportar.

Entrevistadora: muchas gracias por su tiempo José Daniel.

Entrevista 6

Entrevistado: Sr. Ricardo Morales/Comité de Vecinos

Entrevistadora: Muchas gracias por su tiempo don Ricardo, tal y como lo conversamos, el fin de esta entrevista es poder cumplir con uno de los requisitos para realizar el trabajo final de graduación, le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: Moravia encabeza la lista de cantones con más desigualdad económica, existen zonas con muy altos recursos que coexisten con zonas donde hay pobreza extrema. Si bien es cierto Moravia está dentro de los cantones más competitivos de Costa Rica, no está exento de problemas de desempleo, infraestructura vial deficiente, mal manejo de desechos, dificultades para las pymes, entre otras cosas. Pero esto es lo que más destaca.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental?

Entrevistado: Desigualdad económica, esto tanto para lo económico como social y todo lo que se puede desprender de este problema, como la delincuencia, violencia, deserción colegial y

en la parte ambiental definitivamente el mal uso de los recursos que lleva al desperdicio, comprometiendo el ornato del cantón.

Entrevistadora: don Ricardo, ¿tiene alguna observación adicional que quiera mencionar con respecto a este primer tema?

Entrevistado: negativo

Entrevistadora: la segunda parte es sobre las necesidades y expectativas de los stakeholder. ¿Desde su rol como vecino del cantón, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: que la empresa tenga una participación comunitaria positiva y que contribuya activamente al bienestar del cantón. Tal y como lo hablamos en la pregunta anterior se espera que las empresas tengan conciencia del daño ambiental, económico y social que puedan estar haciendo y ver las acciones que puedan hacer, cualquier cosa que se haga ya es algo. En Moravia existen empresas, que generan residuos tóxicos y no controlan esto, también hay empresas que tienen peones que son explotados en sus jornadas de trabajo y no son bien remunerados, empresas que solo piensan en su propio bienestar y no en el bienestar de todo su entorno. Las empresas moravianas deben aportar y colaborar a la comunidad y generar esa confianza en los vecinos tanto a corto como a largo plazo.

Entrevistadora: Don Ricardo, usted tiene alguna observación que realizar con respecto de estas preguntas?

Entrevistado: se ocupa que todas las empresas generen bienestar social y que rindan cuentas de sus acciones.

Entrevistadora: en esta última parte, sobre las acciones que AMP Solution podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Según su opinión, en que área: social, económica o ambiental, cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: depende mucho de los objetivos de la empresa, pero si desea tener un compromiso real con la comunidad, la participación en las tres áreas es muy importante y podría generar un impacto muy positivo.

Entrevistadora: ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: hay un sinnúmero de cosas que una empresa puede hacer, los problemas están ahí, AMP puede colaborar con temas de generación de empleo, apoyo a la educación y la formación, educación ambiental, voluntariados, apoyo a grupos vulnerables.

Entrevistadora: ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas?

Entrevistado: por el momento no

Entrevistadora: agradezco muchísimo su tiempo

Entrevista 7

Entrevistado: Sra. Marlene Acosta /Representante de Empresa Competidora de Tecnología

Entrevistadora: buenas tardes doña Marlene, de antemano le agradezco su tiempo para esta entrevista, cuyo fin es poder cumplir con uno de los requisitos para realizar el trabajo final de graduación, le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: ola de violencia, el mal estado de las calles, la inseguridad ciudadana en todos los sentidos.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental?

Entrevistado: falta de empleos, en lo económico, la inseguridad en lo social y para la parte del ambiente la contaminación de las aguas.

Entrevistadora: ¿tiene alguna observación adicional que quiera mencionar con respecto a este primer tema?

Entrevistado: mencionar que hace un año se contamina el agua potable de Moravia, Goicoechea y Tibás, esto por hidrocarburos. Desde ese momento ha existido un problema de abastecimiento de agua en el cantón.

Entrevistadora: en esta segunda parte de la entrevista, vamos a conversar sobre las necesidades y expectativas de los stakeholder. ¿Desde su rol como competencia, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: sin duda alguna, existen empresas como mi representada que espera que su competencia aplique prácticas empresariales transparentes, en otras palabras, que jueguen limpio, que compitan de manera justa. La ética es importante. También lo es el cumplimiento de las regulaciones tanto laborales como fiscales, una empresa que no cumpla con esto, no es lo suficientemente confiable en el mercado. Y por supuesto que se espera que los competidores tengan respeto por la comunidad.

Entrevistadora: Doña Marlen, usted tiene alguna observación que realizar con respecto de estas preguntas?

Entrevistado: los proveedores somos responsables también de crear conciencia en nuestros clientes, así como nos exigen cumplimiento nosotros también debemos exigir cumplimiento a nuestros clientes y a todos los involucrados en la cadena de valor de la empresa.

Entrevistadora: en esta última parte vamos a conversar sobre las acciones que AMP Solution podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Según su opinión, en que área: social, económica o ambiental, cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: en la parte socioeconómica y por supuesto que la ambiental.

Entrevistadora: ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: en temas ambientales la buena gestión de los residuos es importante y en el tema socioeconómico, cumpliendo con las obligaciones laborales y fiscales. Después de ahí, cualquier acción que realicen los ponen en una posición de liderazgo dentro del sector.

Entrevistadora: ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas, a modo de conclusión sobre este tema?

Entrevistado: en nuestro sector (tecnología) una sola empresa que lidere la responsabilidad social con prácticas responsables y sostenibles, puede beneficiar a todo el sector y de esta manera establecer estándares dentro de la misma industria.

Entrevistadora: agradezco muchísimo su tiempo doña Marlene.

Entrevista 8

Entrevistado: Lic. Víctor Solano/Representante Empresa Competidora de tecnología

Entrevistadora: un gusto saludarlo don Víctor, le agradezco su tiempo para la realización de esta entrevista, el objetivo final es cumplir con uno de los requisitos para realizar el trabajo final de graduación, por lo que le agradezco su amabilidad y el tiempo.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista es acerca de la problemática social del cantón de Moravia, por favor responda abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: Moravia tiene mucho que corregir, primero la mala manipulación de la basura, no es propio del cantón como tal, a lo que he visto, dentro del GAM el problema de los botaderos de basura es un problema, el cual no está exento el cantón de Moravia. Y segundo la contaminación ambiental, por este mismo tema de la mala manipulación de la basura, Moravia se ve como un cantón sucio, he pasado por lugares donde los caños y aceras están llenas de basura. A mi parecer, esos son los dos problemas más críticos del cantón.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental

Entrevistado: mal distribución del agua potable, altos índices de delincuencia y como lo hablamos anteriormente, mal manejo de desechos.

Entrevistadora: ¿tiene alguna observación adicional que quiera mencionar con respecto a este primer tema?

Entrevistado: No

Entrevistadora: para esta segunda parte, vamos a hablar sobre las necesidades y expectativas de los stakeholder. ¿Desde su rol como competencia y líder de una de las principales empresas de tecnología del cantón, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: el cliente es el centro, nosotros como encargados de la atención del cliente en tecnología, debemos siempre mantener un nivel alto de satisfacción del cliente, ser competentes en todo momento, hacer las cosas bien desde el principio.

Entrevistadora: Desde su punto de vista, ¿Que es una empresa socialmente responsable y que espera de ella?

Entrevistado: una empresa que tenga un impacto sobre la sociedad, ya sea Moravia, Guadalupe, Tibás, no importa. Pero que tenga realmente un impacto significativo.

Entrevistadora: ¿tiene alguna observación que realizar con respecto a estas preguntas?

Entrevistado: también es importante la ética, el hacer las cosas bien, se llama ética profesional y eso es lo que las empresas de tecnología, sin importar su tamaño deben siempre practicar como premisa.

Entrevistadora: en esta tercera y última parte, vamos a conversar sobre las acciones que AMP Solution podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Según su opinión, en que área: social, económica o ambiental, ¿cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: en las tres. Todo aporte es significativo, ojalá todas las empresas pudieran tener un plan para contribuir en estas tres áreas.

Entrevistadora: Por otro lado, ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: reciclaje de residuos, donativos a instituciones de bien social, apoyo a otras empresas que estén empezando en el mundo comercial.

Entrevistadora: No.

Entrevistadora: con esto finalizamos don Víctor, no sin antes agradecer su tiempo.

Entrevista 9

Entrevistado: Sr. Carlos Brenes /Representante de Empresa competidora de tecnología.

Entrevistadora: le agradezco don Carlos su tiempo para esta entrevista, tal y como lo conversamos anteriormente, el fin de todo este esfuerzo es cumplir con uno de los requisitos para realizar el trabajo final de graduación, por lo tanto, le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: homicidios, sicariato, asaltos, pobreza, falta de calidad de vida de sus habitantes.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental.

Entrevistado: económica: falta de empleos, social: delincuencia y ambiental, exceso de carros, ruido y contaminación.

Entrevistadora: para esta parte de la entrevista ¿tiene usted alguna observación adicional que quiera mencionar con respecto de este tema?

Entrevistado: asiente con la cabeza que no

Entrevistadora: ahora, vamos a conversar sobre las necesidades y expectativas de los grupos de interés ¿Desde su rol como competencia, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: reducción de la huella de carbono, promover soluciones tecnológicas que contribuyan a la eficiencia energética y al cuidado ambiental. Además, todo lo referente a la ley 7600.

Entrevistadora: desde su punto de vista, ¿que es una empresa socialmente responsable y que espera de ella?

Entrevistado: un compromiso genuino, no para aparentar ni aumentar ingresos, ojo, no digo que eso no sea importante, pero que se realice desde el corazón de querer hacer algo por el entorno.

Entrevistadora: entonces don Carlos, ¿qué espera de una empresa que si tiene un compromiso genuino con la responsabilidad social?

Entrevistado: resultados, esperaría resultados, que se le note socialmente su responsabilidad.

Entrevistadora: ¿Don Carlos, usted tiene alguna observación que realizar con respecto a estas preguntas?

Entrevistado: quiero agregar, que el compromiso social a los empleados, es algo que esperaría que como competencia estén realizando.

Entrevistadora: vamos a conversar sobre las acciones que AMP Solution podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Según su opinión, en que área: social, económica o ambiental, cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante

Entrevistado: la empresa AMP puede ser relevante en el área donde realmente quiera fortalecer, donde va a invertir más recursos.

Entrevistadora: pero aterrizando en estas tres áreas: social, económico y ambiental. ¿Dónde visualiza a AMP realizando sus aportes?

Entrevistado: en lo ambiental, a través de reducción de residuos tecnológicos, como por ejemplo el reciclaje adecuado de tonners y partes de computadoras que tienen sustancias dañinas.

Entrevistadora: la siguiente pregunta es ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?, pero veo que ya me respondió, ¿no se si quisiera aportar algo adicional a lo ya dicho?

Entrevistado: prácticamente el aporte que podrían hacer es el medioambiente. La tecnología genera mucha basura.

Entrevistadora: ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas, a modo de conclusión sobre este tema?

Entrevistado: espero que le vaya muy bien con este trabajo y que mi aporte sea de su interés.

Entrevistadora: gracias a usted don Carlos.

Entrevista 10

Entrevistado: Ing. Allan Mora P./Empres de tecnología competidora

Entrevistadora: Mi nombre es Viviana González y la idea es que me permita un espacio para realizar una entrevista, soy estudiante de la Universidad Internacional de las Américas y esta entrevista es parte de los requisitos que debo cumplir para realizar la tesis de investigación, entonces le agradezco muchísimo el espacio.

La entrevista tiene como propósito obtener información sobre el conocimiento de las problemáticas a las que se enfrenta el cantón de Moravia, las necesidades y expectativas desde su punto de vista con respecto a la empresa AMP Solution y las acciones correspondientes en materia de RSE.

Esta primera parte de la entrevista se refiere a la problemática social del cantón de Moravia, por lo que le pido por favor responder abiertamente según sus conocimientos y experiencias con respecto al tema.

La primera pregunta es ¿Cuáles considera usted, son las problemáticas más relevantes del cantón de Moravia?

Entrevistado: el tema de la pobreza, la inseguridad y el estado de las calles y caminos.

Entrevistadora: Desde una perspectiva de sostenibilidad, me puede mencionar una problemática que usted considere que actualmente existe en Moravia en las aristas: económica, social y ambiental?

Entrevistado: en la parte económica sería la falta de apoyo a emprendedores y pymes, en la social sería la inseguridad y la pobreza y en la ambiental el exceso de ruido y la falta de espacios públicos para recreación. ¿Puedo mencionar más cosas?

Entrevistadora: claro que sí, cualquier observación adicional que desee realizar es bienvenida

Entrevistado: Para completar esta respuesta quiero mencionar que también existen pocas oportunidades para las personas jóvenes y esa falta de oportunidades los llevan a la drogadicción, a pertenecer a bandas de delincuentes, narcotráfico, realizando actos de enriquecimiento ilícito. En otras palabras, la falta de oportunidades laborales y de estudio llevan a la juventud a ver cómo consigue dinero fácil, a mi criterio de ahí se desprenden muchos de los problemas sociales del país.

Entrevistadora: Perfecto don Allan, ahora vamos a continuar con la segunda parte de la entrevista, donde vamos a conversar sobre las necesidades y expectativas de los stakeholder. ¿Desde su rol como gerente general, cuales considera usted que son las principales necesidades que deben ser cubiertas por la empresa AMP Solution?

Entrevistado: Primero lo primero, la empresa debe ser rentable, generar buenas utilidades, luego poder cubrir todas las cargas sociales, seguros y obligación tributaria y también poder ofrecer salarios justos, no solo el mínimo, sino salarios que sobrepasen ese monto.

Entrevistadora: ¿qué expectativa tiene con respecto a su empresa?

Entrevistado: Si hay rentabilidad, podríamos pensar en un crecimiento, tanto a corto como mediano y largo plazo. Tenemos objetivos claros de crecimiento, pero necesitamos ser rentables.

Entrevistadora: ¿Qué es una empresa socialmente responsable y que espera de ella?

Entrevistado: ¿Me puede repetir la pregunta?

Entrevistadora: claro que sí, para usted, ¿qué es una empresa socialmente responsable?

Entrevistado: mmmmm. La verdad no estoy muy familiarizado con esos términos, pero analizando la pregunta considero que una empresa que cumple con todos los requisitos que exige el Estado o Gobierno es una empresa sostenible, que tenga un código de Ética y que tenga un plan estratégico establecido, al menos tener una idea de cómo el negocio va a generar utilidades. De lo contrario, sería una empresa sin un norte y eso implica que no es sostenible en el tiempo.

Entrevistadora: ¿Y que espera usted de una empresa socialmente responsable?

Entrevistado: que toda su organización, me refiero a todos los colaboradores estén involucrados de manera activa en poder lograr los objetivos de la empresa. De nada vale que todo quede en un papel, si no hay una participación activa de todas las personas que trabajan en la empresa.

Entrevistadora: ¿con respecto a este punto de necesidades y expectativas, tiene algún dato adicional que aportar?

Entrevistado: no

Entrevistadora: entramos a la última parte donde vamos a conversar de las acciones que su empresa podría llevar a cabo para minimizar la problemática social de Moravia. Respóndame por favor en que área: social, económica o ambiental, ¿cree usted que la empresa AMP Solution pueda ser relevante?

Entrevistado: tomando en cuenta lo que hemos conversado, me interesa participar en temas ambientales y sociales.

Entrevistadora: ¿Qué acciones cree usted que la empresa pueda llevar a cabo para considerarse una pyme responsable socialmente?

Entrevistado: Me interesa mucho poder participar en algún plan para el manejo de residuos, optimización de los recursos y ver la manera de poder crear nuevas oportunidades para la juventud

Entrevistadora: esas acciones están sujetas al tema ambiental y social

Entrevistado: Si, como hablamos anteriormente, los jóvenes necesitan oportunidades y si podemos hacer algo desde esta empresa sería muy bueno para mí.

Entrevistadora: para finalizar don Allan ¿tiene algo adicional que aportar a esta sección de preguntas?

Entrevistado: Si correcto, quiero agregar que para que una pyme pueda participar en estos planes de sostenibilidad y responsabilidad social, se necesita si o si apoyo del gobierno, no solo en temas económicos, sino en capacitación. Porque de nada vale tener presupuesto o las buenas intenciones si no se tiene el conocimiento para hacerlo. Estoy seguro que muchos emprendedores y pymes no tienen idea de este tipo de iniciativas.

Entrevistadora: me queda claro su opinión al respecto, le agradezco el tiempo y muchas gracias.

Entrevistado: gracias a usted y a la orden.

REFERENCIAS

- Consejo de Promoción de la Competitividad. (2024). *Informe sobre el Índice de Competitividad Nacional 2022*. <https://icn.cr/indice/>
- Programa de las Naciones Unidas. (2024). *Atlas de Desarrollo Humano Cantonal 2024*. <https://www.undp.org/es/costa-rica>
- Municipalidad de Moravia. (2024). Actualización del Plan de Desarrollo Cantonal (2023-2043). <https://moravia.go.cr/servicios/documentos-e-informacion-de-interes/planes/>
- Bom-Camargo, Y. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 130-146 <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/index>
- Cajiga, J. (2020). El concepto de responsabilidad social empresarial. https://www.academia.edu/15258953/EL_CONCEPTO_DE_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL_RSE_Juan_Felipe_Cajiga_Calder%C3%B3n
- Licandro, O. (2019). Responsabilidad social empresarial: hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año 24 N° 85, 2019, 281-299*. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058864016/>
- Campos, Diego. (2020). Pymes, responsabilidad social y desarrollo sostenible. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S2215-24582020000100131&script=sci_abstract&tlng=es
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2022). *Guía sobre Conducta Empresarial Responsable para emprendimientos, micro, pequeñas y medianas empresas*. <https://www.meic.go.cr/web/150/pymes/guias/guia-sobre-conducta-empresarial-responsable-para-emprendimientos.php>
- Ayala, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Revista Anuario Jurídico y Económico Escurialense LIV (2021) 173-198*
- Zarate, R. (2020). Relacionamiento con stakeholders en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Revista Espacios Vol. 41 (32) 2020 Art. 20 212-226*
- Revista Summa. (20 de junio de 2023). Sobre ¿Pueden las pymes realizar responsabilidad social empresarial? 5 pasos para lograrlo. <https://revistasumma.com/pueden-las-pymes-realizar-responsabilidad-social-empresarial-5-pasos-para-logarlo/>

- Santos, D. (1 de noviembre de 2023). *¿Qué es la responsabilidad social empresarial (RSE) y su relevancia?*. Blog de noticias Hubspot <https://blog.hubspot.es/marketing/responsabilidad-social-empresarial#carac>
- Azkue, I. (28 de junio de 2023). *Responsabilidad Social Empresarial*. Artículo de Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/responsabilidad-social-empresarial/>
- Mellado, C. (2025). Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas y medias empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 24-33. Recuperado en 16 de enero de 2025 https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182009000100003
- Campos, D. (2020). Pymes, responsabilidad social y desarrollo sostenible. *Revista electrónica de las sedes regionales de la Universidad de Costa Rica*. SSN 2215-2458, Vol. XXI, Número 43, p. 131-151 <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intersedes/article/view/41989/42379>
- Flores, A. (20 de febrero de 2023). *Cuáles son las características de Responsabilidad Social Empresarial*. Artículo de Ecosistemas https://ecosistemas.win/cuales-son-sus-caracteristicas-responsabilidad-social-empresarial/?expand_article=1&expand_article=1
- Zolano, M. (2022). Responsabilidad social empresarial para el desarrollo sostenible de las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Investigacion Academica Sin Frontera Año 15 Num. 38 P.1-13*
- CEUPE (16 de marzo de 2024). *Responsabilidad Social Empresarial*. <https://www.ceupe.com/blog/responsabilidad-social-empresarial.html>
- Diccionario de la lengua española. (2024). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 19 de noviembre de 2024 de <https://dle.rae.es/pyme>
- García, I. (9 de enero de 2024). *Definición de Stakeholders*. <https://economiasimple.net/glosario/stakeholders>
- Huertas, D. (27 de agosto de 2024). *Sostenibilidad, un concepto valioso en la actualidad*. Artículo de Auren <https://auren.com/co/blog/sostenibilidad-un-concepto-valioso-en-la-actualidad/>
- Digixem360 (10 de junio de 2024). *Stakeholders: quienes son, que hacen y como identificarlos*. <https://www.digixem360.com/marketing-b2b/stakeholders-quienes-son-que-hacen-y-como-identificarlos/>
- Díaz, M. (11 de Julio de 2024). *La responsabilidad social empresarial en las pymes: retos, oportunidades y aplicaciones prácticas*. Artículo de la Asociación Interamericana de Contabilidad. <https://contadores-aic.org/la-responsabilidad-social-empresarial-en-las-pymes-retos-oportunidades-y-aplicaciones-practicas/>

- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación (1era. Ed.)* Enfoques Consulting EIRL. https://www.researchgate.net/publication/352157132_DISENO_Y_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION
- Huaman, E. (2022). *Metodología de la investigación científica, guía practica para la elección, diseño y desarrollo de la investigación. (1era. Ed.)*. Universidad Autónoma de ICA SAC, Fondo Editorial. <https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/20.500.14441/2558>
- Albornoz, E. (2023). *Metodología de Investigación aplicada a las ciencias de la salud y la educación. (1era. Ed.)*. Mawil Publicaciones Ecuador <https://mawil.us/repositorio/index.php/academico/catalog/book/51>
- Rojas, W. (2022). La relevancia de la investigación cualitativa. *Revista Studium Veritatis, Vol. 20, N. 26, 2022 E-Issn: 2955-8662 (Pp.79-97)* <https://studium.ucss.edu.pe/index.php/SV/article/view/353>
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *Revista CienciAmerica* vol. 9, no. 3, pp. 1–6. <https://cienciamerica.edu.ec/index.php/uti/article/view/336>
- Vega, E. (21 de setiembre de 2023). *¿Qué son las limitaciones de la investigación?* Artículo de Medium. <https://medium.com/@envervega/qu%C3%A9-son-las-limitaciones-de-la-investigaci%C3%B3n-c0c9307177b9#:~:text=Las%20limitaciones%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20son%20aspectos%20o%20condiciones%20que,de%20un%20estudio%20o%20investigaci%C3%B3n.>
- Mata, L. (28 de mayo de 2019). *El enfoque cualitativo de investigación*. Artículo de Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- Kiss, T. (15 de noviembre de 2024). *Investigación no experimental*. Artículo de Concepto. <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/>
- Ortega, C. (15 de enero de 2024). *¿Qué es el muestreo por conveniencia?* Artículo de QuestionPro <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>
- Barraza, H. (26 de enero de 2019). *¿Cuál es la diferencia entre propósito, misión y visión?* Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/294059>

- Buzzi, G. (11 de mayo de 2023) *4 herramientas de análisis estratégico que toda empresa debería utilizar*. <https://www.linkedin.com/pulse/las-4-herramientas-de-an%C3%A1lisis-estrat%C3%A9gico-que-toda-empresa-buzzi/>
- Lucidspark. (10 de junio de 2024). *¿En qué consiste el análisis situacional de la organización?* <https://lucidspark.com/es/blog/que-es-un-analisis-de-la-situacion#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20situaci%C3%B3n%20es%2C%20en%20esencia%2C%20una%20revisi%C3%B3n,las%20capacidades%20de%20tu%20empresa.>
- Cardenas, F. (20 de enero de 2023). *Que es el stakeholder mapping o mapeo de stakeholders (con ejemplo)*. Artículo de Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-mapa-stakeholders>
- Inneken, M. (2023). *Análisis de la percepción y conocimiento que tienen los colaboradores del programa de responsabilidad social corporativo de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica durante el segundo cuatrimestre del año 2023*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Internacional de las Américas.]. Repositorio DSpace <http://repositorio.uia.ac.cr/handle/123456789/3152>
- Jiménez, M. (2024). *Desarrollo del Plan de Responsabilidad Social de la empresa Zimmer Biomet para el periodo de febrero a agosto 2025*. [Tesis de Maestría, Universidad Internacional de las Américas.].
- González, L. (2022). *Plan de reciclaje de plástico, cartón y tetrapack como imagen de responsabilidad social corporativa para el primer trimestre del año 2023*. [Tesis de Maestría, Universidad Internacional de las Américas.]. Repositorio DSpace <http://repositorio.uia.ac.cr/handle/123456789/2725>
- Holguín Ávila, L., Carrasquero Ferrer, S., & Suárez Rodríguez, O. (2023). Participación de las Pymes en los procesos de responsabilidad social empresarial en Guayaquil, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(2), 461-466.
- Dorantes Benavidez, H., Gutiérrez Lugo, L. M., Dorantes Benavidez, F., y Acosta Mendizábal, M. A. (2023). Factores de Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de las Pymes Mexicanas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(102), 734-750. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.18>
- Torres Carvajal, K., Criado, J., Chavarría Castro, L. (2022). La responsabilidad social empresarial como estrategia de posicionamiento de las pymes. [Trabajo de Grado, Universidad del Área Andina.]. www.chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/eff4b432-62a5-4e09-8642-a3fa9091970f/content

