

Universidad Internacional de las Américas

Carrera de Comercio Internacional

Grado académico:

Licenciatura en Gestión Aduanera

**Análisis del impacto de la Responsabilidad Social
Empresarial (RSE) en las empresas del sector de dispositivos
médicos bajo el régimen de zona franca dentro de la GAM
como factor de competitividad para las exportaciones en el I
semestre del 2025**

Autor:

Wilner Fabián Jiménez González

Tutor:

Fernelli Fallas Cerdas

San José, noviembre, 2025

Tabla de contenido

Dedicatoria	10
Agradecimientos.....	11
Resumen ejecutivo	12
CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	14
Justificación.....	16
Objetivos	17
Objetivos específicos.....	17
Antecedentes	18
Tesis Internacionales	18
Tesis Nacionales	21
Proyecciones.....	25
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	27
Comercio Internacional	27
Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	28
Importancia de la RSE.....	29
Principios fundamentales de la RSE.....	30
Dimensiones de la RSE: social, ambiental, económica y ética.....	31
RSE en el contexto internacional	34
Normativas y estándares globales.....	34
GRI Global Reporting Initiative	35
ISO 26000	35
Norma SA 8000	37
El Pacto Global de las Naciones Unidas.....	38
Norma SGE 21	39
RSE como ventaja competitiva en mercados globales	40
Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	41

RSE en América Latina y Costa Rica	42
Retos y oportunidades para la RSE	46
Empresas en la GAM Costa Rica	47
Zona Franca en Costa Rica.....	49
Objetivos del régimen de zona franca	50
Beneficios de pertenecer al régimen de zona franca	51
Sector de dispositivos médicos en zona franca	52
Características de la fabricación en el sector de dispositivos médicos.....	53
Prototipado rápido.....	54
Diseño para la fabricación (DFM)	54
Pruebas y validaciones	54
Escalabilidad del diseño.....	55
Selección de materiales.....	55
Regulaciones de la FDA	55
Normas ISO	55
Competitividad empresarial	56
Factores que influyen en la competitividad exportadora.....	56
Beneficios y limitaciones de la RSE	57
Beneficios internos	57
Beneficios externos.....	59
Limitaciones	60
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	61
Enfoque	61
Diseño cualitativo.....	62
Interaccionismo simbólico.....	62
Fenomenología Empírica.....	63
Población y Muestra.....	63

Población	63
Muestra	64
Tipo de muestra por conveniencia	65
Unidades de análisis	66
Instrumento.....	68
Cuestionario.....	69
Entrevistas	69
Estructuradas.....	69
Semiestructuradas	69
Proceso de recolección de datos.....	70
Fuentes de información	70
Fuente Primaria.....	70
Fuente Secundaria.....	71
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	73
Unidad de análisis 1: Principales prácticas	74
Categoría 1: Tipo de prácticas	75
Descripción	75
Análisis	76
Categoría 2: Selección.....	77
Descripción	77
Análisis	77
Categoría 3: Áreas relevantes	78
Descripción	78
Análisis	79
Categoría 4: Evaluación.....	79
Descripción	79

Análisis	80
Categoría 5: Involucramiento	80
Descripción	80
Análisis	81
Unidad de análisis 2: Adopción	82
Categoría 1: Beneficios	83
Descripción	83
Análisis	84
Categoría 2: Impacto	84
Descripción	84
Análisis	86
Categoría 3: Cambios	86
Descripción	86
Análisis	87
Categoría 4: Fortalecimiento de marca.....	88
Descripción	88
Análisis	89
Categoría 5: Extrategia	89
Descripción	89
Análisis	90
Categoría 6: Atracción de talento humano	90
Descripción	90
Análisis	91
Categoría 7: Programas	92
Descripción	92

Análisis	93
Unidad de análisis 3: Limitaciones	94
Categoría 1: Obstáculos	94
Descripción	94
Análisis	95
Categoría 2: Limitaciones.....	96
Descripción	96
Análisis	97
Categoría 3: Restricciones	97
Descripción	97
Análisis	98
Categoría 4: Retos	99
Descripción	99
Análisis	100
Categoría 5: Cultura organizacional	101
Descripción	101
Análisis	102
Categoría 6: Capacitaciones	102
Descripción	102
Análisis	104
Interpretación de los Datos.....	104
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
Conclusiones	106
Recomendaciones.....	109
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	113
Objetivos	113
Objetivo General.....	113

Objetivos Específicos 114

Descripción de la propuesta 114

Referencias 121

Apéndice..... 131

 Cuestionario..... 131

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Comercio Internacional.....	27
Ilustración 2: Responsabilidad Social Empresarial.....	29
Ilustración 3: Conjunto de los 7 principios de la RSE	31
Ilustración 4: Cuatro dimensiones de la RSE.....	31
Ilustración 5: Dimensión económica.....	33
Ilustración 6: Siete ejes centrales de la ISO 26000	35
Ilustración 7: 7 Materias Fundamentales de la RSE según ISO 26000.....	37
Ilustración 8: Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	42
Ilustración 9: Política Nacional de Responsabilidad Social.....	44
Ilustración 10: Ejemplos de RSE	47
Ilustración 11: Clasificación de las empresas	48
Ilustración 12: Principales productos exportados en CR	53
Ilustración 13 Beneficios de la RSE.....	58
Ilustración 14 Limpieza de playa RSE.....	59
Ilustración 15 Código de conducta.....	60
Ilustración 16: Diseño de sitio web.....	115
Ilustración 17: Apartado Sobre nosotros.....	116
Ilustración 18: Apartado sobre evaluación de RSE con ayuda de IA	117
Ilustración 19: Apartado sobre la Norma ISO 26000.....	118
Ilustración 20: Apartado sobre RSE en Costa Rica.....	119
Ilustración 21: Apartado sector de dispositivos médicos y el régimen de zonas franca	120

Contenido de tablas

Tabla 1: Muestra.....	65
Tabla 2 Unidad de Análisis	67
Tabla 3. Unidades y categorías de análisis.....	73

Dedicatoria

Dedico este trabajo a quienes sembraron en mí los valores que hoy me sostienen. A mi madre, Maribel González Méndez, por su amor firme y su ejemplo de lucha diaria. A mis abuelas Mireya y Nelly, que desde el cielo siguen siendo guía y fuerza en cada paso que doy. A Dios y la Virgen, por permitirme avanzar con fe y propósito. Este logro es el reflejo de sus enseñanzas, su apoyo y su presencia constante en mi vida.

Wilner Fabián

Agradecimientos

Agradezco a mi padre, Carlos Jiménez Matamoros, por ser un ejemplo constante de esfuerzo, responsabilidad y perseverancia. Su forma de enfrentar la vida con valentía y trabajo duro me ha enseñado que los sueños no se alcanzan por casualidad, sino con dedicación y constancia. Gracias por mostrarme que cada meta, por más desafiante que parezca, puede lograrse si se camina con firmeza y convicción.

A mi madre, Maribel González Méndez, por su fe en mí, por su amor incondicional, por ser mi mayor inspiración, por estar presente en cada momento importante de este proceso y por su ejemplo de entrega, constancia y amor que me ha guiado desde siempre y que sigue siendo el motor de cada uno de mis logros.

Agradezco sinceramente a Andrés Jiménez P, por acompañarme con paciencia y por su valioso apoyo durante todo el desarrollo de esta investigación.

Quiero agradecer profundamente al profesor Fernelli Fallas Cerdas, quien, con su experiencia, compromiso y orientación constante, fue una pieza clave en el desarrollo de esta investigación. Su capacidad para guiar con claridad, su disposición para acompañar cada etapa del proceso y su exigencia académica me impulsaron a dar lo mejor de mí; su apoyo ha sido invaluable y ha dejado una marca significativa en mi formación profesional.

A todos los que me acompañaron en este proceso, gracias por ser parte de mi historia.

Wilner Fabián

Resumen ejecutivo

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en una estrategia clave para las empresas del sector de dispositivos médicos que operan bajo el régimen de zona franca en Costa Rica. Esta práctica, cada vez más valorada en el entorno empresarial global, ofrece múltiples beneficios tanto internos como externos, al promover la sostenibilidad, la ética corporativa y el compromiso social. Su implementación permite a las organizaciones mejorar su reputación, atraer talento humano y fortalecer su competitividad en mercados internacionales.

En la Gran Área Metropolitana (GAM), las empresas del sector de dispositivos médicos han adoptado diversas prácticas de RSE, como programas de salud ocupacional, inclusión laboral, voluntariado corporativo, gestión ambiental y equidad de género. Estas acciones han generado impactos positivos en la percepción de clientes internacionales, especialmente en mercados como Estados Unidos y Europa, donde se valoran cada vez más los principios de sostenibilidad y responsabilidad social, ya que es una práctica aplicada a diario.

Mediante el presente trabajo titulado Análisis del impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas del sector de dispositivos médicos bajo el régimen de zona franca dentro de la GAM como factor de competitividad para las exportaciones en el I semestre del 2025, se tiene como Objetivo General analizar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas del sector de dispositivos médicos bajo el régimen de Zona Franca en la Gran Área Metropolitana como factor de competitividad para las exportaciones durante el I semestre del 2025.

Lo anterior con el fin de responder a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el impacto de la RSE en las empresas de dispositivos médicos bajo el régimen de Zona Franca en la Gran Área Metropolitana como factor de competitividad para las exportaciones en el I semestre 2025? El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con diseño fenomenológico-empírico e interaccionismo simbólico donde se recopilaron datos mediante entrevistas semiestructuradas aplicadas a una muestra de diez personas con conocimiento especializado en RSE y gestión empresarial, también se consultaron fuentes primarias y secundarias para sustentar el análisis.

Para responder la pregunta al planteamiento del problema se concluye que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del sector de dispositivos médicos bajo el régimen de zona franca en la Gran Área Metropolitana genera impactos positivos significativos como la mejora en la reputación empresarial ante la sociedad, clientes, proveedores o inversores, como la atracción de talento y la reducción de emisiones contaminantes. Sin embargo, también enfrentan desafíos estructurales, económicos y normativos que deben ser abordados para consolidar la RSE como un factor estratégico de competitividad para las exportaciones.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

En cuanto a Responsabilidad Social Empresarial, se refiere principalmente a que las empresas toman de manera voluntaria la toma en el ejercicio de prácticas para contribuir notablemente al medio ambiente, sin embargo, debe existir también un compromiso social y ético por parte de las organizaciones, por lo que se debe estar abierto a adoptar acciones que ayuden al planeta, las cuales pueden incluir desde aspectos económicos, sociales y hasta ambientales. World Vision Costa Rica (2022) comenta que:

La responsabilidad social empresarial es la idea de que una empresa debe tomar un rol positivo en la comunidad, tomando en consideración el impacto que tienen sus decisiones en materias sociales, económicas y medioambientales. (párr.4)

A través de una serie de medidas y acciones concretas tomadas de forma autónoma por las empresas, es decir, sin obligación por parte de algún ente regulador, estas buscan reflejar un compromiso y contribuir con la sociedad que les rodea. (párr.5)

En los últimos años se ha observado en diversas industrias y en empresas de dispositivos médicos, un aumento en el interés por implementar la Responsabilidad Social Empresarial, ejecutando prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. La adopción de este tipo de estrategia puede ser un factor primordial de competitividad para las exportaciones, convirtiéndose así en una tendencia emergente tanto en las empresas como en las Zonas Francas de Costa Rica. Esto se enfoca principalmente en limitar el impacto negativo al ambiente y contribuir a resolver problemas sociales de las comunidades o países, como pobreza, desigualdad, contaminación, entre otros, y así reflejar los valores característicos de las organizaciones.

Es por eso por lo que en el contexto de las empresas de dispositivo médicos se ha identificado un incremento en la necesidad de incluir dentro de su estrategia operativa o valores empresariales la Responsabilidad Social Empresarial, porque al estar estas organizaciones vinculadas directamente a la salud pública y el bienestar humano enfrentan aún más una presión para operar bajo estándares éticos, sociales y que respeten al medio ambiente.

El régimen de Zona Franca ofrece incentivos fiscales, aduaneros y comerciales a empresas que invierten en Costa Rica, con el objetivo de fomentar la inversión extranjera directa, el intercambio comercial, por supuesto, la generación de empleo. Es por eso por lo que en la Gran Área Metropolitana (GAM), que incluye la capital San José, algunos distritos de las ciudades de Alajuela, Cartago y Heredia existen varias empresas bajo este régimen que se dedican a servicios, a manufactura, empresas médicas y hasta proveedoras de insumos.

Como es de conocimiento general, las empresas suelen centrarse en alcanzar objetivos financieros; sin embargo, adoptar un enfoque que trascienda lo económico, permite proyectarse como ciudadanos corporativos responsables. Este cambio de perspectiva impulsa a los líderes a tomar decisiones que no solamente favorezcan a la organización, sino también al bienestar social. De esta manera, las compañías contribuyen activamente a reducir su huella ambiental y a enfrentar desafíos como la pobreza y la desigualdad, alineando sus valores con un impacto positivo en la sociedad. Un factor clave para la competitividad puede ser la responsabilidad social empresarial (RSE) porque al implementar este tipo de prácticas, las empresas no solamente fortalecen su imagen y reputación corporativa, sino que también logran generar mayor confianza entre los consumidores internacionales. Esta confianza puede traducirse en un impulso significativo para las ventas y facilitar la expansión hacia mercados extranjeros, lo cual representa un valor agregado importante en el contexto de las exportaciones.

El proyecto de investigación busca analizar los impactos potenciales de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones bajo el régimen de Zona Franca en la Gran Área Metropolitana en las empresas del sector de dispositivos médicos. Debido a que actualmente existe mucha preocupación por las empresas en temas de ecología, logística verde, logística inversa y otros temas o aportes para el medio ambiente o que beneficien a la sociedad, las organizaciones al abordar algunos desafíos pueden aprovechar oportunidades en prácticas más sostenibles que beneficien la imagen empresarial, por supuesto, el ambiente. Por lo tanto, se establece la siguiente pregunta: ¿Cuál es el impacto de la RSE en las empresas de dispositivos médicos bajo el régimen de Zona Franca en la Gran Área Metropolitana como factor de competitividad para las exportaciones en el I semestre 2025?

Justificación

A través de iniciativas como programas de inclusión laboral, reducción del impacto ambiental, transparencia en la gestión empresarial, apoyo a causas sociales, ayuda a comunidades, limpieza de ríos y playas, las empresas fortalecen su reputación empresarial y así generan valor compartido y se posicionan de manera más competitiva en el mercado, especialmente en contextos donde la sostenibilidad es un criterio clave para consumidores e inversionistas. Según McGrath y Jonker (2023) “Los consumidores buscan cada vez más productos y servicios de empresas socialmente responsables. Mientras tanto, muchos inversores priorizan a las empresas cuyos valores son claros y están alineados con los suyos” (párr.16)

Tomar en cuenta acciones en las empresas, siempre es esencial para mejorar la competitividad es por eso por lo que con la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), no solamente permitirá cumplir con estándares internacionales, sino que también va a fortalecer la imagen corporativa ante socios comerciales y posibles consumidores globales en un entorno cada vez más exigente, donde los valores éticos y ambientales influyen en las decisiones de compra, la RSE se convierte en una herramienta estratégica para destacar en los mercados internacionales. Pese a que las empresas de dispositivos médicos que se rigen bajo el régimen de zona franca tienen ventajas como incentivos fiscales o aduaneros, la sostenibilidad, la ética y la RSE se convierte en un diferenciador clave para la organización, con una gestión eficiente de recursos naturales, el respeto por los derechos laborales, la ayuda social, la transparencia en la cadena de suministro, la preocupación y acción permanente para mejorar la calidad del entorno permiten a estas compañías alinearse con las expectativas de los mercados internacionales del 2025 y el futuro.

Los consumidores e inversores actualmente, en general, están más preocupados por la sostenibilidad, la ayuda social, la imagen corporativa y el medio ambiente. Las empresas exportadoras de la GAM, al darse cuenta de la creciente demanda, buscarán adaptarse a las preferencias de los clientes y a las expectativas ambientales de la sociedad. Estas organizaciones tendrán la oportunidad de demostrar su compromiso con la responsabilidad social empresarial y mejorar su reputación en el mercado al implementar está dentro de su ADN.

Históricamente, muchas industrias operaban sin considerar el impacto ambiental de sus actividades, lo que resultó en una explotación desmedida de los recursos naturales. Sin embargo, con el paso del tiempo y el aumento de la conciencia ambiental, ha surgido una nueva visión empresarial que promueve el uso racional de los recursos, la reducción de la huella ecológica, la adopción de tecnologías limpias y la ayuda activa a sectores más vulnerables de la sociedad en general.

Costa Rica es reconocido mundialmente por su compromiso en la conservación ambiental, por lo que tiene el potencial de liderar este cambio a nivel regional. La implementación de prácticas de RSE aplicadas en la importación como elemento diferenciador no solamente refuerza la imagen del país como destino ecológico, sino que también posiciona a las empresas nacionales como referentes en sostenibilidad. Esto no solamente beneficia al ambiente, sino que también abre nuevas oportunidades comerciales en un mercado cada vez más exigente.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas del sector de dispositivos médicos bajo el régimen de Zona Franca en la Gran Área Metropolitana como factor de competitividad para las exportaciones durante el I semestre del 2025.

Objetivos específicos

Identificar las principales prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implementadas por las empresas del sector de dispositivos médicos en zona franca dentro de la Gran Área Metropolitana.

Describir cómo la adopción de prácticas de RSE contribuye a la mejora de la imagen corporativa en las empresas exportadoras del sector de dispositivos médicos.

Estudiar las limitaciones enfrentadas por las empresas del sector con la implementación de estrategias de RSE.

Diseñar una página web informativa que, con inteligencia artificial, permita a las empresas de dispositivos médicos en zona franca una autoevaluación para la madurez de sus prácticas de RSE.

Antecedentes

Tesis Internacionales

La primera tesis internacional consultada es la de Castellón y Mera (2022) con el tema Nivel de la RSE en el manejo de los stakeholders, desde la percepción de los trabajadores de la empresa de calzado DC Inversiones y Servicios SAC de Trujillo 2022, la realiza para la Universidad Privada del Norte Perú y opta por el grado académico de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales. La metodología que se emplea es la cuantitativa. Se recomienda a las universidades públicas o privadas, establecer convenios con empresas del sector médico para ejecutar programas de trabajo comunal universitario (TCU) en zonas vulnerables, mediante el uso de la encuesta, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Determinar el nivel de la RSE en el manejo de los stakeholders, desde la percepción de los trabajadores de la empresa de calzado DC Inversiones y Servicios SAC de Trujillo, Trujillo 2022 y los siguientes Objetivos Específicos: Identificar el nivel de la variable Responsabilidad Social Empresarial desde la percepción de los trabajadores de la empresa de calzado DC Inversiones y Servicios SAC de Trujillo, Trujillo 2022, Identificar el nivel de la variable manejo de los Stakeholders desde la percepción de los trabajadores de la empresa de calzado DC Inversiones y Servicios SAC de Trujillo, Trujillo 2022, Determinar el nivel de la dimensión Responsabilidad legal que realiza la empresa de calzado DC Inversiones y Servicios SAC de Trujillo, Trujillo 2022, desde la percepción de los trabajadores.

Se obtiene la siguiente conclusión que da respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: existe relación directa y significativa entre las variables Responsabilidad Social Empresarial y el manejo de los Stakeholders de la empresa de Calzado DC Inversiones y Servicios S.A.C. de Trujillo, Trujillo 2022, con $r= 0,165 > 0$ y $p < 0,05$, es decir, a mayor responsabilidad Social Empresarial, mayor manejo de los Stakeholders. Para lo anterior se recomienda mejorar el nivel de la RSE laborando y aplicando un programa de manejo de los Stakeholders en la Empresa de Calzado DC Inversiones y Servicios SAC de Trujillo.

La segunda tesis internacional consultada es la de González, Taborda y Vallejo (2023) con el tema Implementación de la responsabilidad social empresarial en las PYMES, la realiza para la Universidad del Área Andina y opta por el grado académico, esta tesis no lo indica. La metodología que se emplea es la cualitativa, la que mediante el uso de la investigación de artículos científicos, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial y el impacto que genera su implementación en las PYMES y los siguientes Objetivos Específicos: Reconocer la importancia de un plan de RSE para el crecimiento de una organización, Determinar los beneficios que obtienen las pymes al momento de implementar un plan de RSE, Establecer las consecuencias por la falta de implementación de un plan de RSE y Examinar los principios que deben considerar las pymes para ser organizaciones socialmente responsables.

Se obtiene la siguiente conclusión que da respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que de acuerdo con el análisis de los resultados obtenidos se permitió evidenciar la correlación directa que existe entre los objetivos de responsabilidad social y los impactos generados en los grupos de interés teniendo como base la dimensión económica, ambiental y social, los cuales se relacionan estratégicamente en pro del adecuado desarrollo y permanencia de las Pymes en la economía y la sociedad, es por ello que la responsabilidad social aborda los principales conceptos enmarcados en la sensibilización social basados en los objetivos de desarrollo sostenible, los cuales buscan integrar comportamientos éticos enmarcados en el reconocimiento del entorno legal regidos bajo los diferentes organismos regulatorios, sin importar que la aplicación y adaptación de estos se realiza de una forma opcional.

Se recomienda para lo anterior desarrollar iniciativas las cuales busquen reducir los impactos negativos y a su vez potencializar la eficiencia organizacional permitiendo fortalecer día a día de una forma colectiva la realización de sus actividades, permitiendo reconocer las oportunidades que brinda la sociedad en el foco del fortalecimiento de la RSE y la incursión que hoy las organizaciones han enfrentado ante los nuevos retos que se han generado en un mundo tan cambiante y que va en pro de un desarrollo sostenible para todos.

La tercera tesis internacional consultada es la de Ramón y Rivera (2019) con el tema Propuesta de un manual sobre responsabilidad social empresarial, basada en la norma ISO 26000 en Fundenuse sucursal Ocotol para el año 2019, la realiza para la Universidad Politécnica de Nicaragua y opta por el grado académico de Máster. La metodología que se emplea es la cualitativa, que mediante el uso de entrevistas, se procura encontrar respuesta al problema de investigación

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Elaborar propuesta de manual sobre responsabilidad social empresarial, en Fundenuse sucursal Ocotol para el año 2019, con base en la norma ISO 26000, que posibilite mejorar los procesos ordenados y planificados de RSE, y los siguientes Objetivos Específicos: Realizar una evaluación o diagnóstico de los requerimientos que establece la norma ISO 26000, en Fundenuse sucursal Ocotol, Establecer procesos y procedimientos según lo establece la norma ISO 26000, para Fundenuse sucursal Ocotol, Definir mecanismo de control y seguimiento tomando en cuenta la ISO 26000, que permitan transparentar la información de las prácticas de RSE en Fundenuse sucursal Ocotol.

Se obtiene la siguiente conclusión que da respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la implantación de acciones de responsabilidad social en el ámbito ambiental y social debe ser constantes y concertadas con otras instituciones. Para lo anterior se recomienda que la implantación de acciones de responsabilidad social en el tema ambiental se debe realizar de manera constante y concertada con otras instituciones.

La cuarta tesis internacional consultada es la de Quispe (2020) con el tema Responsabilidad Social Empresarial en las empresas privadas, la realiza para la Universidad San Martín de Porres Perú y opta por el grado académico de Bachiller. La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de una revisión bibliográfica, se procura encontrar respuesta al problema de investigación. De este estudio investigativo se desprende el siguiente Objetivo General: Describir cómo se presenta la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas privadas y los siguientes Objetivos Específicos: Describir cómo se presenta la inversión social en las empresas privadas, Describir cómo se presenta la ética en las empresas privadas, Describir cómo se presenta la acción social en las empresas privadas.

Se obtiene la siguiente conclusión que da respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la Responsabilidad Social Empresarial se presenta de la siguiente manera, las empresas privadas optan por desarrollar acciones que perduren en el tiempo y respondan a los requerimientos sociales y ambientales de la comunidad, por lo que se considera importante la implementación de la Responsabilidad social empresarial en las empresas privadas obteniendo un mutuo beneficio, para los públicos externos y de la misma manera para la mejorar la imagen de la empresa, debido a que se convierte en una entidad socialmente responsable y comprometida.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desempeña un papel estratégico en los entornos empresariales porque fortalece las relaciones con los stakeholders, lo cual es fundamental para las empresas exportadoras que dependen de vínculos sólidos con sus grupos de interés, competidores, clientes y proveedores. Además, se ha evidenciado que la implementación de la RSE en las PYMES genera importantes beneficios económicos, sociales y ambientales. En este sentido, las empresas ubicadas en zonas francas que adopten prácticas de RSE pueden mejorar significativamente su competitividad frente a aquellas que no lo hacen, posicionándose como actores diferenciadores en los mercados internacionales, especialmente en contextos regulados y orientados al auge actual el desarrollo sostenible.

Tesis Nacionales

La primera tesis nacional consultada es la de Rojas (2021) con el tema "Las empresas de la categoría F bajo el régimen de zona franca en Costa Rica, propuesta de mejora al proceso aduanal de venta local". La realiza para la Universidad de Costa Rica y opta por el grado académico de licenciatura. La metodología que se emplea es la cualitativa, la que mediante el uso de la entrevista, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación se desprende el Objetivo General: Generar una propuesta de mejora en los procesos de venta local bajo el régimen de zona franca, categoría F para la empresa Prolex S.A. y los Objetivos Específicos: Conocer internacionalmente sobre los procesos de venta local en los regímenes de zona franca, así como de las perspectivas teóricas de la propuesta de mejora.

Describir el plan estratégico de la empresa Prolex S.A., su historia, prospectiva, así como la normativa que rige las zonas francas y logística de ventas locales, Analizar la normativa que rige las zonas francas y logística de ventas locales y Definir una propuesta de mejora en los procesos de venta local bajo el régimen de zona franca categoría F para la empresa Prolex S.A.

Se obtiene la siguiente conclusión que da respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, debido a la carencia de información a nivel internacional y/o de la poca riqueza de la misma, en esta investigación no se logran determinar las mejores prácticas internacionales, ni indicadores relevantes que se puedan tomar como modelo para enriquecer y/o apoyar las prácticas que ya se encuentran establecidas en Costa Rica.

Para lo anterior se recomienda que la empresa tanto para este proceso de ventas locales de categoría F, como para cualquier otro que involucre su labor busque la forma de actualizarse constantemente y que ante cualquier duda proceda a contactar a su asesor externo, o bien a las autoridades pertinentes a nivel técnico, por ejemplo, como a la DGA que es el ente rector en materia de aduanas y de esta manera el criterio que emita este organismo le servirá como sustento y soporte para sus actividades.

La segunda tesis consultada es la de Porras (2020) con el tema Propuesta de un plan de Responsabilidad Social Empresarial para el Hotel Fiesta Resort Puntarenas – Costa Rica, la realiza para la Universidad Estatal a Distancia y opta por el grado académico de Magíster. La metodología que se emplea es la mixta, que mediante el uso de los siguientes instrumentos: revisión bibliográfica, análisis de registros, encuesta y entrevista estructurada se procura encontrar respuesta al problema de investigación. De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Proponer un plan de responsabilidad social empresarial para el Hotel Fiesta Resort Puntarenas-Costa Rica y los siguiente Objetivos Específicos: Investigar la viabilidad de un plan de responsabilidad social para el Hotel Fiesta Resort Puntarenas - Costa Rica, Delimitar el alcance que desea tener la empresa Hotel Fiesta Resort Puntarenas - Costa Rica de su programa de responsabilidad social, Diseñar una propuesta de un plan de responsabilidad social para la empresa Hotel Fiesta Resort Puntarenas - Costa Rica.

Se obtiene la siguiente conclusión que da respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la empresa a través de la gestión de las políticas socioambientales, el grado de conciencia socioambiental, el presupuesto asignado y la ejecución de las actividades sí cuenta con la viabilidad y la factibilidad de desarrollar un plan de Responsabilidad Social que se adapte a sus necesidades, pero debe tener el personal adecuado para la gestión integral del mismo. Para lo anterior se recomienda que una persona con el conocimiento técnico adecuado pueda capacitar e instruir a los voluntarios y personas interesadas en el tema, para que tengan una visión más amplia de lo que se pretende desarrollar cada año.

La tercera tesis nacional consultada es la de Cerdas y Marín (2022) con el tema: Interpretación del régimen de Zona Franca Solarium con respecto a los sectores nacionales como aporte al desarrollo regional e inversión en Guanacaste para un periodo 2019–2020, la realiza para la Universidad Nacional de Costa Rica y opta por el grado académico de Licenciatura. La metodología que se emplea es la cualitativa, que mediante el uso de recolección de datos, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar el régimen de zona franca para el fortalecimiento de la inversión de sectores nacionales ubicados dentro del territorio especial para impulsar el desarrollo local desde la experiencia de la Zona Franca Solarium para el periodo 2019 – 2020, y los siguientes Objetivos Específicos: Caracterizar la ley de zona francas para comprender las limitaciones y alcances dentro de su marco jurídico como un componente impulsor de la Inversión Extranjera Directa (IED), Identificar la existencia de discriminación positiva o negativa entre los sectores productivos ubicados dentro del régimen de zona franca para una comparación de los beneficios de las industrias, Determinar el aporte en los sectores productivos dentro de la zona franca Solarium para el posicionamiento de las empresas que sirve como un elemento de atracción de inversiones.

Se obtiene la siguiente conclusión que da respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: una de las estrategias que consolidó la zona franca dentro de la región, fue la reforma a la ley de zona franca 7210 en el año 2010, darle más beneficios a las empresas que se instalaran dentro de un territorio emergente.

Propuso a varias empresas establecerse, ya sea dentro o fuera de la zona franca Solarium, aunque tiene capacidad para posicionar a más empresas, todavía falta atraer a más compañías, aunque Solarium originó 1000 empleos, aún falta pulir la cantidad de recursos que tiene la región para disminuir las cifras de desempleo y pobreza. Para lo anterior se recomienda que el Régimen de Zonas Francas ha sido una estrategia exitosa para el país, aportando un 8 % al PIB, de tal manera que el mismo se puede fortalecer incluyendo a las micro, pequeñas y medianas empresas, dentro del Régimen.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Flores y Villalobos (2022) con el tema Análisis de la competitividad de las empresas del sector de dispositivos médicos que operan en Zona Franca El Coyol durante el periodo 2014-2019, la realiza para la Universidad Técnica Nacional y opta por el grado académico de Licenciatura. La metodología que se emplea es la mixta, que mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas, estadísticas y fuentes bibliográficas se procura encontrar respuesta al problema de investigación. De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar la competitividad de la Zona Franca el Coyol especializada en el sector de dispositivos médicos, durante el periodo 2014-2019 y los siguientes Objetivos Específicos: Estudiar las generalidades de la Zona Franca Coyol y el sector de dispositivos médicos a través de análisis documental y entrevistas a los representantes de esta zona franca con la finalidad de que se conozca su evolución, historia, casos de éxito y principales retos. Explorar la labor de CINDE por medio de análisis documental y entrevista a la representante del sector ciencias de la vida, con el fin de conocer su aporte al sector de dispositivos médicos durante el periodo 2014-2019, Investigar el término competitividad y los factores que la integran por medio del análisis documental con el propósito de que se analice la competitividad de Zona Franca Coyol.

Se obtiene la siguiente conclusión que da respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: de acuerdo con el análisis realizado sobre la competitividad de Zona Franca Coyol y al tomar como referencia al sector de dispositivos médicos en el que se especializa se determina que la zona franca es competitiva en cuanto al factor de infraestructura. Esto la coloca como destacable en el sector de dispositivos médicos y la hace ser una de las zonas francas favoritas para las empresas de esta industria.

Gracias a estas características logra destacar en el ámbito nacional e internacional y mantiene estrictos estándares de calidad, promoción y beneficios que permitan mantener la excelencia e impactar, de manera positiva, a sus inquilinos. Para lo anterior se recomienda invertir más en la infraestructura nacional, en especial la infraestructura vial porque según se ha analizado esta presenta deficiencias que, en ocasiones, han retrasado la entrega de mercancías o han producido daños por el mal estado. Esto incide directamente en la productividad y operación de las empresas. Se considera que el mejoramiento de la infraestructura puede ayudar a la atracción de nueva inversión y dar a los clientes actuales un mayor beneficio.

Se evidencia como la Responsabilidad Social Empresarial en las compañías que operan bajo el régimen de zona franca en la GAM puede convertirse en un motor clave para fortalecer su competitividad, optimizar sus procesos internos y avanzar hacia una gestión más sostenible y adicionalmente permite comprender los desafíos operativos y hasta normativos que enfrentan estas empresas, lo cual es esencial para contextualizar la aplicación de la RSE. Es crucial que las empresas cuenten con talento humano capacitado, comprometido y alineado con estos principios, para garantizar una ejecución efectiva y coherente en este tipo de políticas.

Proyecciones

- Se pretende identificar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que han sido implementadas por empresas de dispositivos médicos ubicadas en zonas francas dentro de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica. Esto permitirá generar un panorama claro sobre el grado de compromiso social y ambiental que estas empresas mantienen, así como su alineación con los principios éticos y sostenibles que demanda el entorno empresarial actual.
- Se busca describir de qué manera la implementación de prácticas de RSE contribuye positivamente a la percepción pública de las empresas, fortaleciendo su imagen corporativa ante sus clientes, socios y comunidades. Esta mejora en la percepción pública puede traducirse en ventajas competitivas, mayor fidelización de clientes y apertura a nuevos mercados internacionales. Esta proyección permitirá comprender cómo la responsabilidad social se convierte en una herramienta estratégica para la exportación en mercados cada vez más exigentes.

- Se pretende estudiar, por otra parte, los factores que limitan la implementación de la RSE en el sector de dispositivos médicos, considerando las barreras que enfrentan las empresas en su entorno operativo. Esta proyección permitirá oportunidades de mejora, pero también las limitantes estructurales, culturales o económicas que deben ser abordadas para lograr una gestión socialmente responsable más efectiva y sostenible con el medio ambiente.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Comercio Internacional

El intercambio de productos y servicios ha sido clave para que las sociedades avancen. Antes se hacía con trueque, pero con el tiempo se ha convertido en una red moderna y compleja de comercio a nivel mundial que involucra a muchas personas y sectores. Esta evolución ha ayudado a que las economías crezcan y se conecten entre sí; hoy el comercio mueve mucho más que productos: es una herramienta importante para el desarrollo global y su impacto se nota en cómo cambia la forma en que los países se relacionan y se desarrollan. Como menciona UAX (2025)

El comercio internacional desempeña un papel fundamental en las relaciones entre países, influyendo en distintos aspectos de la sociedad. Entre sus impactos destacan: fomento del crecimiento económico al facilitar el acceso a mercados más amplios y diversos. Los tratados comerciales fortalecen alianzas políticas y promueven la paz y al interactuar con otros países, las sociedades se enriquecen culturalmente, promoviendo el desarrollo de la traducción en las relaciones internacionales y otros elementos esenciales para el intercambio global. (párr.7)

Ilustración 1: Comercio Internacional



Nota: Imagen que ejemplifica el comercio internacional por Travel Mania (2021), (<https://www.shutterstock.com/image-photo/logistics-transportation-container-cargo-ship-260nw-1968904285.jpg>)

Por eso el comercio internacional es tan valioso, ayuda a que los países produzcan de manera más eficiente y usen mejor sus recursos. Cada nación puede enfocarse en lo que hace mejor y venderlo fuera de sus fronteras, lo que abre la puerta a nuevas tecnologías, hace que los sectores se diversifiquen y mejora la calidad de lo que se ofrece. Además, al no depender de un solo mercado, se logra una economía más estable y preparada para enfrentar cambios.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Emergen actualmente nuevas tendencias aplicables a las empresas, la responsabilidad social empresarial es una de ellas, esta se define como una contribución voluntaria y activa de las organizaciones, que involucra diferentes ámbitos desde lo ético, lo social, lo económico y por supuesto lo medio ambiental con el objetivo primordial de mejorar la situación financiera, pero con un equilibrio entre la sociedad y el planeta tierra, mediante diversas prácticas que ayuden con esto. La editorial RSyS (2022) lo define como:

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sustentable y sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, por lo tanto, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad. (párr.2)

La responsabilidad social empresarial puede interpretarse de distintas formas, dependiendo de quién la mencione o quién la adopte. Desde una perspectiva más amplia, se entiende que una empresa es socialmente responsable cuando, al tomar decisiones, considera cómo sus acciones afectan a las comunidades, al personal y al medio ambiente. Es decir, no se enfoca únicamente en obtener ganancias, sino que también incorpora estos intereses en su manera de operar y en los resultados que busca alcanzar como organización.

Ilustración 2: Responsabilidad Social Empresarial



Nota: Imagen que ejemplifica lo que compone la RSE por Editorial RSyS (2022), (<https://responsabilidadsocial.net/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es-definicion-beneficios-y-ejemplos/>)

Importancia de la RSE

Las empresas de todo el mundo son cada vez más conscientes sobre sus prácticas y su repercusión en el medio ambiente y en la sociedad, por lo que consideran importante incluir dentro de su ADN empresarial, objetivos y procedimientos que contribuyan a tener un desarrollo más sostenible porque puede servir de ventaja competitiva ante las organizaciones que no implemente este tipo de procesos y así aumentar su reputación y tener mejor relación con la comunidad, con el Gobierno, proveedores, clientes y hasta las demás empresas.

El compromiso de una organización con el bienestar de la sociedad y el medio ambiente se ha convertido en un criterio central para medir su desempeño general y su capacidad para continuar operando eficazmente. Esto, en parte, es un reflejo del creciente reconocimiento de que necesitamos asegurar ecosistemas saludables, equidad social y buena gobernanza organizacional. (ISO 26000, 2014, pág.4)

Principios fundamentales de la RSE

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), también llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), representa el compromiso que una empresa asume con el entorno social y ambiental que la rodea. Este compromiso se expresa mediante acciones, prácticas, políticas o estrategias que buscan aportar al bienestar de las comunidades, cuidar el medio ambiente y contribuir al desarrollo económico en general. Como indica CSR STAFF (2023) los 7 principios basados en la ISO 26000:

1. Rendición de cuentas: toda organización tiene la obligación de informar el impacto de sus proyectos. (párr.5)
2. Transparencia: las organizaciones deben publicar la información que sea de relevancia para las partes interesadas. (párr.6)
3. Comportamiento ético: honestidad, equidad e integridad, igualmente es importante tomar en cuenta que el dinero no debe ser el único objetivo de la organización. (párr.7)
4. Respetar los intereses de las partes interesadas: tener un diálogo de respeto con las partes interesadas para la toma de decisiones. (párr.8)
5. Respetar el principio de legalidad: toda organización debe conocer y aplicar las leyes y regulaciones nacionales. (párr.9)
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento: las organizaciones deben conocer y hacer todo lo posible para también cumplir con las normas de responsabilidad social internacionales. (párr.10)
7. Respeto a los derechos humanos: las organizaciones deben conocer y defender los derechos establecidos en la Carta Universal de los Derechos Humanos. (párr.11)

Al aplicar estos principios, por esa razón,, las organizaciones logran mejorar su imagen ante clientes, proveedores y el mercado en general, aumentar su competitividad, acceder a certificaciones reconocidas internacionalmente y fortalecer su vínculo con la sociedad. De este modo, se puede orientar su implementación, apoyada en la norma ISO 26000, la cual ofrece recomendaciones claras y prácticas sobre cómo integrar la responsabilidad social en las gestiones diarias de los actores empresariales.

Ilustración 3: Conjunto de los 7 principios de la RSE



Nota: Principios de la RSE por CSR STAFF (2023), (<https://www.csrconsulting.com.mx/responsabilidad-social-corporativa/los-7-principios-de-la-responsabilidad-social-corporativa-y-la-iso-26000-conocelos-aqui/>)

Dimensiones de la RSE: social, ambiental, económica y ética

La Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un elemento clave y muchas veces diferenciador para las organizaciones porque va enfocado en obtener beneficios económicos, pero también a contribuir de manera positiva y sostenible en el entorno social y ambiental donde se ubican. La RSE está inmersa en diferentes áreas que incluyen desde la ética empresarial, los derechos humanos, la ecología, la transparencia corporativa y el apoyo activo a las comunidades.

Ilustración 4: Cuatro dimensiones de la RSE



Nota: Dimensiones de la RSE por Uribe (s.f), (<https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2020/09/Responsabilidad-Social-Emp-scaled.jpg>)

En un contexto donde los consumidores y posibles inversores valoran cada vez más el impacto de sus decisiones, la RSE se convierte en una práctica necesaria en toda organización que su aplicación fomenta la transparencia, la equidad y la mejora continua. De este modo, comprender las cuatro dimensiones de la RSE permite que las empresas desarrollen estrategias o prácticas basadas en estos puntos y así sean más sostenibles e impacten de una mejor manera a la sociedad en general.

Social

La dimensión social se basa más que todo en el compromiso que tiene una empresa con su entorno humano de como respeta y valora al personal en sí, lo que implica tener las condiciones aptas y dignas para trabajar, el fomento de desarrollo personal y profesional y por supuesto estar en la línea de la ética con todas las personas que se vean involucrados. Por otro lado, las acciones sociales deben extenderse también a la comunidad, fortaleciendo vínculos y generando impactos positivos. Así, la empresa se convierte en un agente activo de transformación social.

Ambiental

La parte ambiental es un punto esencial para la gestión empresarial responsable, en esta dimensión se incluye el uso racional de los recursos naturales, en estrategias de como mitigar el impacto negativo que se genera al planeta tierra, es por eso por lo que las empresas comprometidas con el ambiente implementan medidas como reducción de emisiones, gestión de residuos y optimiza el consumo energético. Es importante destacar que no se trata solo de cumplir con la normativa vigente, sino de adoptar una actitud proactiva frente a los desafíos ecológicos. Además, la transparencia en la comunicación de sus prácticas ambientales fortalece la relación con la sociedad.

Económica

Desde la perspectiva económica, la responsabilidad empresarial implica una gestión eficiente de los recursos que permita generar valor a largo plazo; esta no se limita a obtener ganancias inmediatas, sino que busca equilibrar los intereses de los accionistas con los de otros grupos clave de la sociedad. Una empresa responsable en este ámbito toma decisiones financieras que fortalecen su estabilidad y competitividad, pero eso sí sin comprometer su integridad, además, es importante promover prácticas de transparencia y rendición de cuentas, lo cual refuerza la confianza de los inversionistas, clientes, proveedores y del público en general.

Ilustración 5: Dimensión económica



Nota: Dimensiones de la RSE por UNIR (2022), (<https://www.unir.net/revista/ingenieria/informes-responsabilidad-social-empresarial/>)

Ética

Los valores morales son una parte clave en cualquier empresa porque ayudan a tomar decisiones correctas y a actuar de forma justa y responsable con respeto e integridad. Tener este compromiso ayuda a crear confianza y buenas relaciones, por lo que aplicar estos principios no es solamente hacer lo correcto, también es una forma de asegurar que la empresa pueda mantenerse y crecer con el tiempo, “ser socialmente responsable no es solo seguir las reglas, sino también hacer lo correcto por la sociedad y el planeta.” (Suárez, 2024, párr.10) por eso no se trata solamente de seguir las leyes, sino de pensar en cómo afectan las acciones a las personas y a las instituciones con las que se relaciona.

RSE en el contexto internacional

En cuanto a aplicar la RSE a nivel internacional, esta representa un reto mayor debido a las diferencias legales, culturales y sociales que existen entre países y continentes. Por eso las empresas que operan en varios territorios deben adaptarse a distintas normas y expectativas, manteniendo siempre el respeto por los derechos humanos, la transparencia y la sostenibilidad, adaptándose al entorno donde se encuentren. Como indica la autora Hernández (2025),

La responsabilidad social empresarial internacional (RSE) se refiere al compromiso de las empresas a operar de manera ética y sostenible en un mundo globalizado. Este enfoque implica no solo maximizar beneficios económicos, sino también considerar el impacto social y ambiental de sus operaciones en diferentes países. En un entorno donde las expectativas de los consumidores y las comunidades son cada vez más altas, las empresas deben integrar prácticas responsables en su estrategia, asegurándose de que sus decisiones beneficien no solo a los accionistas, sino también a la sociedad en general. (párr.1)

Teniendo un compromiso sólido, no solamente mejora la imagen empresarial y fortalece la confianza del público, sino que también genera un impacto positivo en las comunidades donde tienen sucursales. Al adoptar prácticas responsables, las organizaciones contribuyen al desarrollo global y a la construcción de relaciones más justas y duraderas, por eso, en este contexto, la RSE se convierte en una herramienta clave y un factor de competitividad para enfrentar los desafíos del ambiente internacional.

Normativas y estándares globales

A nivel global, se han desarrollado diversas normativas y estándares que orientan a las organizaciones en la implementación de prácticas responsables con la sociedad y el medio ambiente, buscando que las empresas actúen de forma más responsable, ética y transparente con principios internacionales. Existen muchos formatos, documentos, libros que engloban múltiples formas de cómo adaptar a las empresas este tipo de prácticas, a continuación, se explicarán las que han tenido mayor difusión y notoriedad en el ámbito internacional.

GRI Global Reporting Initiative

Los estándares GRI son guías utilizadas a nivel internacional para que ayuden a las empresas a comunicar de una forma más clara cómo sus actividades afectan la economía, la sociedad y el medio ambiente, estos se emplean para desarrollar informes que demuestran de qué manera está contribuyendo sus prácticas si de forma negativa o positiva mostrando así su compromiso real con las gestiones responsables y amigables con el ambiente en su entorno organizacional.

ISO 26000

La norma ISO 26000 le da a cualquier organización una guía para aplicar la responsabilidad social, sin importar su tamaño o el lugar donde se encuentre instalada, explica conceptos básicos, principios y temas importantes que ayudan a entender cómo actuar de forma responsable y adicionalmente orienta sobre cómo aplicar estas prácticas dentro de la empresa y cómo relacionarse con las personas o grupos que tienen que ver con las decisiones, esta norma tiene como objetivo principal que las empresas aporten al desarrollo sostenible y no solamente se limiten a cumplir la ley, sino que vayan más allá, con un compromiso real.

Ilustración 6: Siete ejes centrales de la ISO 26000



Nota: Temas centrales de ISO 26000 por Organización Internacional de Estandarización (ISO), (2014), (https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100258_sp.pdf)

La ISO 26000 promueve que las organizaciones identifiquen y prioricen los temas que son más relevantes para su entorno y sus partes interesadas, como el respeto a los derechos humanos, la transparencia, el comportamiento ético, el cuidado del ambiente y la participación en el desarrollo de las comunidades. Aunque no es una norma certificable, su valor está en servir como una herramienta práctica para que las empresas puedan evaluar sus acciones y tomar decisiones más responsables, alineadas con los principios del desarrollo sostenible. Estas son las 7 Materias Fundamentales de la RSE, basadas en la ISO 26.000 según Amcham (2019):

Gobernanza de la Organización. Se encuentra presente en cada uno de los temas fundamentales; está constituida por los procedimientos, políticas, manuales que regulan y organizan el modo de hacer negocios. (párr.1)

Derechos Humanos. Derecho a pago justo, jornada laboral justa, entorno laboral seguro, entre otros. Tanto la empresa como su cadena directa de valor deben cumplirlos. (párr.1)

Prácticas laborales. Es la puesta en práctica en el lugar de trabajo, condiciones laborales, procesos de contratación, modo de operación con el personal. (párr.1)

Medio Ambiente. Prácticas de gestión ambiental. (párr.1)

Prácticas justas de operación. Cadena de valor, proveedores. (párr.1)

Asuntos de consumidores. Relación con los clientes. (párr.1)

Participación y desarrollo de la comunidad. Al haber logrado una buena relación y desarrollo del entorno y sus condiciones con los clientes internos, se puede realizar trabajo de campo en la comunidad. (párr.1)

Estas siete materias fundamentales permiten a las empresas tener una guía clara sobre qué áreas deben trabajar para aplicar la RSE de forma efectiva, al tomarlas en cuenta, se logra una gestión más responsable que considera tanto el bienestar de las personas como el cuidado del ambiente. Además, ayudan a fortalecer la relación con los grupos de interés y a mejorar la reputación de la empresa, por lo que aplicarlas no solamente genera beneficios internos, sino también un impacto positivo en la comunidad, es por eso que son claves para avanzar hacia un modelo empresarial más sostenible y comprometido con el entorno.

Ilustración 7: 7 Materias Fundamentales de la RSE según ISO 26000



Nota: Materias fundamentales según ISO 26000 por Amcham, (2019), (<https://www.amcham.cr/las-7-materias-fundamentales-de-la-rse-segun-la-iso-26-000/>)

Norma SA 8000

El propósito de esta norma es garantizar que las empresas realicen sus operaciones de una manera responsable, respetando derechos laborales y humanos. “Estándar de certificación social para fábricas y organizaciones en todo el mundo. Es un marco general que ayuda a las organizaciones certificadas a demostrar su dedicación al trato justo de los trabajadores en todos los sectores y en cualquier país” (Social Accountability International (SAI), (s.f), p.1)

Por lo que las empresas que la apliquen deben incursionar prácticas y políticas que cumplan los requisitos de la norma y además estar dispuestos a someterse a auditorías externas para validar el cumplimiento.

El Pacto Global de las Naciones Unidas

El Pacto Global de la ONU es una propuesta que invita a las empresas a actuar con responsabilidad, respetando los derechos humanos, cuidando el medio ambiente, ofreciendo buenas condiciones laborales y evitando la corrupción. Les da una guía para que sus decisiones estén en línea con los valores de la ONU y también las motiva a ayudar a cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), buscando que hagan negocios pensando en el bienestar de todos. Los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU son los siguientes:

Derechos humanos

- Principio 1: las empresas deberían apoyar y respetar la protección de derechos humanos declarados internacionalmente. (ONU, 2014, párr.5)
- Principio 2: las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de derechos humanos. (ONU, 2014, párr.6)

Trabajo

- Principio 3: las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva. (ONU, 2014, párr.7)
- Principio 4: las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio. (ONU, 2014, párr.8)
- Principio 5: las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil. (ONU, 2014, párr.9)
- Principio 6: las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación. (ONU, 2014, párr.10)

Medio ambiente

- Principio 7: las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales. (ONU, 2014, párr.11)
- Principio 8: las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental. (ONU, 2014, párr.12)
- Principio 9: las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. (ONU, 2014, párr.13)

Lucha contra la corrupción

- Principio 10: Las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno. (ONU, 2014, párr.14)

Para formar parte del Pacto Global de la ONU, la empresa debe comprometerse públicamente a actuar de manera responsable, siguiendo los diez principios mencionados anteriormente que se basan en acuerdos y declaraciones reconocidas por las Naciones Unidas. Este compromiso lo asume su representante de mayor rango de la organización, quien lo comunica directamente al secretario general. Al hacerlo, la institución muestra su disposición a alinear sus acciones con los objetivos de desarrollo de la ONU y a convertirse en un aliado firme y duradero de la organización, demostrando así su interés en contribuir al bienestar del planeta.

Norma SGE 21

Es la primera norma europea que le permite a las empresas establecer, certificar y revisar un sistema que promueva la ética, la sostenibilidad y la responsabilidad. Le sirve como una herramienta importante para incluir temas ambientales, sociales y de buen gobierno dentro de su forma de trabajar. Gracias a esta norma, la empresa puede organizar mejor su gestión y demostrar su compromiso con un desarrollo más responsable y sostenible con el medio ambiente.

La Norma desarrolla los requisitos que permiten establecer, implantar y evaluar en las organizaciones el Sistema de Gestión Ética, Sostenible y responsable propuesto por Forética. Implantar este sistema supone un convencimiento para la dirección de la organización de su capacidad de generar un liderazgo responsable. (Forética, 2025. Párr.3)

Otros estándares o principios de RSE

- AA 1000
- Los principios de “The Caux Round Table” (CRT)
- Norma UNE 165010 EX de AENOR
- SME Rating
- Recomendaciones para Empresas Multinacionales OCDE

RSE como ventaja competitiva en mercados globales

La responsabilidad social empresarial busca que la empresa se preocupe por las personas que la rodean, como sus clientes, trabajadores, proveedores y la comunidad. Al actuar de forma responsable, no solamente ayuda a la sociedad, sino que también mejora su imagen y puede tener más éxito a largo plazo. Esta forma de trabajar le permite encontrar nuevas oportunidades, ser más innovadora y destacar frente a otras. Cuando una empresa se comporta bien, demuestra que valora a su gente, cuida el ambiente y mantiene buenas relaciones con quienes se relacionan. Como menciona Vorecol 2024,

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en un factor crucial para impulsar la ventaja competitiva de las empresas en el mercado actual. Según estudios realizados por la consultora Nielsen, el 66 % de los consumidores a nivel mundial están dispuestos a pagar más por productos y servicios provenientes de empresas socialmente responsables. Esto demuestra que la RSC no solo contribuye a mejorar la imagen de la marca, sino que también puede influir positivamente en las decisiones de compra de los clientes. Además, un informe de la consultora Deloitte reveló que las empresas con un fuerte compromiso con la RSC son hasta un 42% más rentables que aquellas que no lo tienen, lo que refleja el impacto directo que puede tener en la ventaja competitiva de una empresa. (párr.3)

La RSE trata de que la empresa haga negocios de forma justa y que contribuya de manera positiva al país o al entorno donde se desarrolla. Esto permite que sea vista como una organización responsable, comprometida con el bienestar de la sociedad y el cuidado del ambiente. Al actuar de esta manera, la empresa genera confianza entre sus grupos de interés y mejora su reputación, lo que puede convertirse en una ventaja frente a otras que no se preocupan por estos temas.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan un compromiso global adoptado por los Estados miembros de la ONU en 2015, con el propósito de erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar una vida digna para todos hacia el año 2030, estos 17 objetivos están interconectados y abordan desafíos como la desigualdad, el cambio climático y la justicia social. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), “los ODS están diseñados para acabar con la pobreza, el hambre, el sida y la discriminación contra mujeres y niñas” (PNUD, 2023, párr. 3), su implementación requiere la participación activa de gobiernos, empresas, sociedad civil y ciudadanos.

La Agenda 2030 ha sido reconocida como una herramienta transformadora para la formulación de políticas públicas, especialmente en América Latina y el Caribe, en este contexto, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha señalado que los ODS constituyen un marco universal e indivisible que permite integrar las dimensiones económica, social y ambiental del desarrollo, al respecto, es por eso por lo que se puede afirmar que:

La Agenda 2030 proporciona una visión transformadora para un desarrollo sostenible centrado en las personas y el planeta, basado en los derechos humanos, y en la dignidad de las personas. [...] Esta agenda busca también expresar el principio de responsabilidades comunes pero diferenciadas y construir una verdadera alianza para el desarrollo donde todos los países participan” (CEPAL, 2020, párr. 4).

Este enfoque implica una ruptura con los modelos tradicionales de cooperación internacional, promoviendo una corresponsabilidad entre países desarrollados y en desarrollo, la universalidad de los ODS exige que cada nación adapte sus políticas públicas para atender sus propios desafíos, sin perder de vista los compromisos globales, de esta manera los objetivos se consolidan como una guía estratégica para la planificación nacional, el monitoreo de avances y la evaluación de resultados, fomentando una gobernanza más inclusiva y sostenible.

Ilustración 8: Objetivos de Desarrollo Sostenible



Nota: ODS por ODS CR, (2021), (<https://ods.cr/>)

RSE en América Latina y Costa Rica

En América Latina, la empresa debe reconocer que la sociedad espera su participación en temas esenciales como salud, educación y servicios básicos, aunque no sean parte directa de su actividad empresarial.

Estas acciones reflejan un compromiso con el bienestar colectivo y responden a las necesidades reales de la región latinoamericana. Al involucrarse en estos temas, la empresa fortalece su imagen y genera confianza en su entorno. Es importante saber que las prácticas de RSE impactan las opiniones de los consumidores y sus decisiones de gasto, esto según la encuesta “Responsabilidad Social Empresarial en América Latina en 2024” de Delfino 2024.

El 59 % de los encuestados consideró que sus opiniones eran más positivas cuando las empresas tienen conciencia socioambiental. Solamente el 17 % de los consumidores latinos, las acciones de responsabilidad social no influyen en ellos y no marcan una diferencia en sus elecciones de compra. (párr.7)

Otra revelación del estudio es que, para el 50 % de los latinoamericanos, las empresas deberían centrar sus esfuerzos de RSE en combatir la contaminación del aire y del agua. Otros dos temas importantes citados por los encuestados son: (45%) mejorar el acceso al sistema de salud y (43 %) combatir el calentamiento global y sus consecuencias. (párr.8)

El 59 % de los latinoamericanos respondió a la encuesta que el factor más importante para una imagen positiva de una empresa es saber que su cadena de producción no daña el medio ambiente. El segundo factor más importante (46 %) es saber que la empresa paga de forma justa a sus empleados, contribuyendo a una mejor calidad de vida. (párr.9)

Cuando se trata de divulgar las acciones de RSE de las empresas, los latinoamericanos son los que más confían en que los científicos y profesores universitarios (44 %) digan la verdad, quedando en un segundo plano los colaboradores de la empresa (37 %), líderes comunitarios regionales (28 %) y periodistas (28 %) completan la lista de las fuentes más confiables. (párr.11)

Los datos mencionados anteriormente se realizaron a una muestra de 3258 personas de 6 países diferentes de América latina con el objetivo de saber cómo las prácticas de RSE impactan en la opinión de consumidores, por lo que se nota que actualmente las personas que adquieren un servicio o un producto si están interesados em saber si la empresa tiene o no RSE en sus procesos. Las empresas deben entender que la responsabilidad social no es solamente algo de moda, sino una necesidad que el mercado en América Latina espera que cumpla.

Ilustración 9: Política Nacional de Responsabilidad Social



Nota: PNRS por Dinarte Romero y Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), (2017), (<https://repositorio-snp.mideplan.go.cr/bitstream/handle/123456789/53/PP.002.pdf?sequence=4&isAllowed=y>)

Costa Rica se ha caracterizado por ser un país que vela por el bienestar social, el cuidado del medio ambiente y otros temas de interés común de la población. El Gobierno de la república aprobó en el 2017 la Política Nacional de Responsabilidad Social, que tiene el objetivo principal “promover un enfoque de gestión responsable y sostenible entre las empresas públicas y privadas y organizaciones de la administración pública, así como entidades de la sociedad civil” (Alianza Empresarial para el Desarrollo AED, 2017). Este compromiso forma parte de distintas acciones voluntarias y políticas públicas que buscan impulsar la sostenibilidad, considerando aspectos sociales, ambientales, económicos y de buena gestión organizacional. Según indica Dinarte Romero y Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), (2017),

La noción de competitividad de las empresas, tanto aquellas del sector privado como público y los factores de la competitividad se encuentran en proceso de evolución constante. En los últimos años, los informes en la materia apuntan cada vez más a la incidencia que la adecuada gestión de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno tiene en la competitividad de las empresas. Los aspectos intangibles de las empresas, como la reputación y la marca, adquieren un valor significativo en las valuaciones de inversores. Por otra parte, se evidencia un mayor interés por parte de consumidores y la sociedad civil por aspectos éticos y de calidad en la gestión de las empresas y en los productos y servicios que desarrollan. (p.16)

En este sentido, resulta necesario que esta Política Nacional promueva acciones que ayuden a las empresas y organizaciones públicas y privadas a definir sus factores de competitividad vinculados con la Responsabilidad Social y que asimismo sean capaces de incorporar estas dimensiones sociales, ambientales y de buen gobierno en su sistema de gestión para mejorar su diferenciación competitiva. (p.16)

Esta orientación de las empresas y organizaciones públicas y privadas por la competitividad vinculada con la Responsabilidad Social ayudará a que las empresas en Costa Rica promuevan un crecimiento económico sostenible del país y asimismo facilitarán la atracción de inversiones y operaciones de empresas extranjeras que se identifiquen con este vínculo. De igual manera, a través de esta vinculación entre competitividad y Responsabilidad Social se contribuirá a la acción de las empresas y organizaciones públicas y privadas sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, minimizando impactos negativos y maximizando los positivos en las personas y en el planeta. (p.17)

Hoy la forma en que una empresa compite está cambiando porque no solamente importa lo que vende, sino también cómo actúa con la sociedad y el ambiente. La reputación, la marca y la forma en que gestiona sus recursos se han vuelto claves para atraer clientes e inversionistas. Por eso, es importante que las empresas en Costa Rica integren la responsabilidad social en su forma de trabajar. Esta práctica no solamente mejora su imagen, sino que también las ayuda a crecer de forma sostenible, así, al hacerlo, pueden aportar al desarrollo del país y a la Política Nacional de Responsabilidad Social.

Retos y oportunidades para la RSE

Dentro del ámbito empresarial, tanto en el sector público como en el privado, se busca constantemente mejorar la competitividad. Este esfuerzo responde a la necesidad de adaptarse a nuevas exigencias en temas sociales, ambientales y de gestión responsable. Asumir estos desafíos permite a las empresas fortalecer su reputación, atraer inversiones y generar un impacto positivo en la comunidad. Dado que la responsabilidad social empresarial ha cobrado gran relevancia en el desarrollo sostenible del país, es fundamental analizar los retos y oportunidades que representa actualmente en el contexto costarricense.

Uno de los principales retos de la RSE hoy es que muchas empresas todavía la ven como algo opcional, pero en realidad, deberían tomarla en serio porque el mundo está cambiando y la gente espera más compromiso de parte de las organizaciones. Después de la pandemia, quedó claro que las empresas que se preocupan por su personal y el ambiente fueron mejor vistas. Pero no es fácil, hay que invertir tiempo, dinero, recursos y cambiar la forma en que se hacen las cosas. Además, muchas veces no hay leyes claras que obliguen a actuar con responsabilidad, lo que hace que algunas empresas se queden atrás.

También es necesario que, aparte de acometer iniciativas para paliar la crisis, las empresas y organizaciones informen de ellas a sus grupos de interés, lo que puede tener un impacto reputacional positivo y ser un punto diferenciador en relación con sus competidores. No obstante, las empresas deben ser cuidadosas en la manera en que comunican sus acciones, ya que deben evitar el oportunismo y transmitir mensajes sencillos, transparentes y con un verdadero contenido informativo y no de marketing publicitario. (Ojeda, 2022, párr.11)

La RSE también trae gran cantidad de oportunidades. Las empresas que se comprometen con el ambiente, la comunidad y sus trabajadores ganan más confianza del público. Eso puede traducirse en más clientes, mejores relaciones y hasta más ganancias. Además, ahora hay más apoyo del Gobierno y de organizaciones para proyectos sostenibles.

También se abren posibilidades para innovar, como usar energías limpias o apoyar causas sociales, en Costa Rica, por ejemplo, donde la gente valora mucho la naturaleza y la solidaridad; esto puede ser una gran ventaja. Si las empresas lo hacen bien, pueden ser parte del cambio positivo que el país y la región necesitan.

Ilustración 10: Ejemplos de RSE



Nota: Ejemplos de RSE por Mairene y Rosales, (2025), (<https://www.webyempresas.com/ejemplos-de-rsc-segun-michael-porter/>)

Empresas en la GAM Costa Rica

La Gran Área Metropolitana (GAM) de Costa Rica, es la que abarca algunos cantones y distritos de las provincias de San José, Alajuela, Heredia y Cartago, esta parte del país se caracteriza por una alta concentración de empresas de distintos sectores donde hay tanto compañías multinacionales, nacionales o negocios locales que desempeñan un papel clave en la economía nacional, también empresas que se dividen según su sector productivo, tamaño, procedencia de capital, entre otros.

Ilustración 11: Clasificación de las empresas



Nota: Clasificación de las empresas, por Cárdenas (2023), (<https://blog.hubspot.es/sales/tipos-de-empresas>)

Entre las empresas multinacionales más destacadas se encuentra Intel, reconocida por sus operaciones de gran escala que han contribuido significativamente al desarrollo económico del país, también tienen presencia en la GAM empresas del sector salud como Boston Scientific, Abbott y Bayer Medical, que forman parte de grupos globales dedicados a la atención médica, muchas de estas compañías operan dentro de zonas francas, como Coyoil Free Zone, donde se ubican firmas especializadas en dispositivos médicos y tecnología.

En otros sectores estratégicos están las del ámbito financiero, se destacan entidades como BAC, Banco Popular, Banco Nacional de Costa Rica y Banco de Costa Rica, que ofrecen servicios bancarios a gran parte de la población costarricense. En el ámbito de alimentos y bebidas, empresas como Dos Pinos, FIFCO y Coca-Cola FEMSA son ampliamente reconocidas por su trayectoria y aceptación entre los consumidores y en el comercio minorista, marcas como Walmart, Auto Mercado, Pali, Supermercado Avenida10 y Mega Super tienen una fuerte presencia en la región.

En la GAM operan compañías líderes en servicios como Grupo Purdy, en el sector automotriz y el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), el Instituto Nacional de Seguros en servicios públicos estatales, por otro lado, se encuentran empresas dedicadas a servicios empresariales, incluyendo consultorías, logística y centros de servicios compartidos como Crux Consultores, GAM Consultores, Grupo Servica, GLA, Grupo Montecristo, entre otras.

La manufactura representa otro sector de gran importancia dentro de la Gran Área Metropolitana (GAM) de Costa Rica. En esta región operan empresas que se dedican a la producción de componentes para distintas industrias, especialmente la médica y tecnológica. Algunas de las compañías más reconocidas en este ámbito son Align Technology, Edwards Life Sciences, FLEX y Terumo, las cuales han contribuido al posicionamiento de Costa Rica como un centro de manufactura especializada. Es importante mencionar que estas empresas no solamente generan empleo de calidad, sino que también promueven la transferencia de conocimiento técnico y el desarrollo de capacidades, fortaleciendo así la competitividad del país en mercados internacionales.

Además de las grandes empresas, la GAM también es el lugar de una amplia variedad de pequeñas y medianas empresas. Estas incluyen negocios como Transportes Mundiva, Arte-Sano, y emprendimientos emergentes como Helados Ruthie y Macrame_Colors y aunque muchas de estas iniciativas no cuentan con locales físicos de atención al público, operan mediante servicios exprés o plataformas de transporte de envío como Uber, Didi, InDriver y a pesar de su tamaño, estas PyMEs desempeñan un papel fundamental en la economía del país, como: “El comercio es un motor del crecimiento que crea mejores empleos, reduce la pobreza y aumenta las oportunidades económicas” (Banco Mundial, 2022, párr.1) es por eso que estas representan gran parte del tejido empresarial y la fuerza laboral de Costa Rica y la GAM.

Zona Franca en Costa Rica

El régimen de Zonas Francas en Costa Rica no es algo permanente porque los beneficios e incentivos tienen un tiempo limitado. La idea es atraer nuevas inversiones y no darles ventajas a las mismas empresas por siempre.

Normalmente, estas compañías se instalan en parques industriales, que son zonas específicas creadas solamente para ese tipo de negocios, aunque sí se puede pedir permiso para operar fuera de esas zonas; eso solamente se aprueba en casos muy puntuales y con requisitos más estrictos, como invertir más dinero y pasar por un proceso más largo. Todo esto lo supervisa PROCOMER, que es la entidad encargada de regular el comercio exterior en el país. Según Lang y Asociados (s.f) define la zona franca como,

El régimen de Zonas Francas (RZF) es definido en Costa Rica como el conjunto de incentivos y beneficios otorgados por el país a compañías que realizan nuevas inversiones y cumplen con los requisitos y obligaciones locales. Este régimen es regulado por la Ley de Zonas Francas N° 7210 y su reglamento. (párr.2)

El crecimiento en compras de locales, salarios y aportes fiscales refleja el papel clave del régimen de Zonas Francas en la competitividad internacional, así como en el desarrollo económico y social de Costa Rica. Su impacto va más allá del ámbito económico porque también ha contribuido al progreso social mediante la generación de oportunidades y la mejora en la calidad de vida de muchas comunidades, posicionando al país como un destino atractivo a nivel global.

Objetivos del régimen de zona franca

Dentro del contexto costarricense, el régimen de Zonas Francas se ha consolidado como una herramienta esencial para atraer inversión extranjera y estimular el desarrollo económico. Estas áreas, reguladas por una legislación específica, ofrecen incentivos fiscales que han permitido a muchas empresas establecerse y crecer en el país, generando empleo y dinamismo en distintas regiones. “El Régimen de Zona Franca (RZF) reafirma su rol como uno de los principales motores económicos de Costa Rica, con una contribución absoluta de \$12.276 millones en 2023, lo que representa un 14 % del Producto Interno Bruto (PIB)” (COMEX,2024, párr.1), Este es el objetivo primordial de este régimen.

Beneficios de pertenecer al régimen de zona franca

Formar parte del régimen de Zonas Francas brinda múltiples beneficios a las empresas que cumplen con las condiciones establecidas, permite desarrollar actividades como manufactura, procesamiento, reparación y servicios orientados a la exportación, lo cual amplía las posibilidades de crecimiento, se debe realizar una inversión mínima en activos fijos, que varía según su ubicación, lo que incentiva el desarrollo fuera del Valle Central. Además, se exige el cumplimiento de normas ambientales tanto nacionales como internacionales, promoviendo prácticas sostenibles. Esta combinación de incentivos y requisitos crea un entorno favorable para operar con eficiencia y responsabilidad, generando beneficios tanto para las empresas como para el país.

Las empresas que operan bajo este régimen también pueden ofrecer servicios a otras dentro del sistema o a clientes internacionales, lo que les permite diversificar sus operaciones y ampliar su alcance, actividades como logística, mantenimiento, financiamiento y arrendamiento están contempladas en la ley, lo que facilita una gestión más integral, incluso se permite la subcontratación, siempre que se respeten los límites establecidos para ventas locales, manteniendo así el enfoque exportador.

Las empresas que forman parte del régimen de Zonas Francas reciben una serie de beneficios fiscales que les permiten operar con mayor eficiencia y competitividad. Entre los principales incentivos se encuentra la exoneración de impuestos sobre la importación de materias primas, maquinaria, equipo y vehículos necesarios para su funcionamiento, siempre que cumplan con ciertos requisitos. También se les permite importar combustibles y lubricantes sin pagar tributos, siempre y cuando no se produzcan localmente en las condiciones necesarias. Según Gente Coyal, 2023, algunas ventajas de pertenecer al régimen de zona franca son:

- Ausencia de derechos de aduana sobre las importaciones/exportaciones, exención de impuestos sobre las remesas,
- período de 8 a 12 años de exenciones fiscales en la transferencia de bienes inmuebles y licencias municipales,
- impuesto competitivo sobre cánones y regalías,

- exenciones totales sobre las importaciones de bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa,
- exención del 100 % del impuesto sobre la renta durante el primer período de 8 años,
- exenciones en las compras nacionales de bienes y servicios.
- Incentivos para impulsar el funcionamiento de Inversión Extranjera Directa en Costa Rica (párr.5)

Las empresas en Zonas Francas también reciben apoyo adicional en áreas clave como capacitación, selección de personal y asesoría institucional; el INA, por ejemplo, coordina entrenamientos para futuros empleados, con subsidios incluidos, siempre que luego sean contratados. Además, se brinda ayuda en temas de vivienda y educación para los trabajadores y sus familias. En algunos casos, según el tamaño del proyecto, el Gobierno puede ofrecer condiciones especiales en servicios como telecomunicaciones, energía o infraestructura vial.

Estos beneficios están establecidos por ley, por lo que no dependen de negociaciones individuales con PROCOMER, lo que brinda seguridad jurídica a las compañías que deciden invertir bajo este modelo. Por lo que este tipo de incentivos no solo mejora la rentabilidad de las empresas, sino que también promueve la expansión, la generación de empleo y el desarrollo económico en zonas con menor crecimiento. Además, al ofrecer un entorno regulatorio, se fomenta la atracción de inversión extranjera directa, especialmente en sectores estratégicos como el de dispositivos médicos, donde la innovación, la calidad y la sostenibilidad son factores clave.

Sector de dispositivos médicos en zona franca

Costa Rica se ha caracterizado por tener en sus diferentes zonas francas diversas industrias y entre ellas las empresas dedicadas a la fabricación y venta de dispositivos médicos, sector que ha tenido un auge relevante en el país y la región debido a su buena y calidad de mano de obra, además de ser uno de los principales líderes en cuanto a la exportación se refiere. Tienen una fuerte presencia de multinacionales y una creciente inversión en innovación y desarrollo en esta área. Como lo indica Mérida (s.f.)

Desde la entrada en operación del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), Costa Rica ha experimentado un notable crecimiento en la industria de dispositivos médicos. Según datos de CINDE y PROCOMER, actualmente, el sector de dispositivos médicos representa el 28 % del total de exportaciones del país. Asimismo, Costa Rica se ha convertido en el segundo mayor exportador de dispositivos médicos de Latinoamérica. (párr.2)

Ilustración 12: Principales productos exportados en CR



Nota: Principales productos exportados por PROCOMER, 2025, (<https://www.facebook.com/share/p/1DXw38Jex1/?mibextid=wwXIfr>)

Características de la fabricación en el sector de dispositivos médicos

El sector de los aparatos médicos es muy amplio y está en constante cambio porque siempre se están desarrollando nuevas tecnologías. Este campo incluye muchos tipos de equipos que “son esenciales para prevenir, diagnosticar, tratar y rehabilitar enfermedades de una manera segura y eficaz” (Organización Panamericana de la Salud, 2025, párr.10). Todos estos dispositivos son fundamentales para mejorar la salud de las personas.

Este sector se caracteriza por requerir conocimientos muy especializados y por tener que cumplir con normas estrictas de salud, calidad y seguridad.

Prototipado rápido

El sector de dispositivos médicos utiliza el prototipado rápido para transformar ideas digitales en objetos reales, esta técnica permite probar el diseño de un producto antes de fabricarlo en cantidad. Gracias a tecnologías como la impresión 3D, se pueden detectar errores desde el inicio, lo que va a ayudar a mejorar el diseño con base en resultados y comentarios reales, con esto se va a ahorrar tiempo y dinero, lo que se traduce en una mejor calidad del producto final.

Diseño para la fabricación (DFM)

Una característica importante del sector es pensar en cómo se va a fabricar el dispositivo desde el diseño, por lo que es primordial saber el uso que se le dará; esto se llama diseño para la fabricación (DFM). Hacer esto previamente permite usar mejor los materiales, reducir desperdicios y hacer más fácil el montaje, por lo que, con esta práctica, se bajan los costos y se acelera la producción y así el producto final es más competitivo en el mercado.

Pruebas y validaciones

Cada nuevo diseño en esta industria debe pasar por muchas pruebas porque se debe recordar que es de vital importancia que funcione de la manera más adecuada. Estas pruebas aseguran que el dispositivo funcione bien y sea seguro para los usuarios. Adicionalmente, también se hacen pruebas con personas reales para ver cómo lo usan, esto lo que permite es encontrar errores y mejorar la experiencia del usuario, por lo que es una parte clave para cumplir con las normas de calidad que se exigen.

Escalabilidad del diseño

Desde el inicio, el diseño debe permitir que el producto se pueda fabricar en grandes cantidades; esto se llama escalabilidad porque si el diseño no es escalable, se necesitarán cambios costosos más adelante.

Pensar en esto desde el principio ahorra tiempo y dinero, además, permite responder mejor a la demanda del mercado porque generalmente estos productos se hacen con la intención de resolver necesidades de las personas enfermas o que necesiten de alguna herramienta que les facilite más el diario vivir.

Selección de materiales

Elegir bien los materiales es esencial en los dispositivos médicos; estos deben ser seguros para el cuerpo humano y durar mucho tiempo porque generalmente tienen un costo considerable. También deben resistir el uso constante y no causar alergias, un mal material puede hacer que el producto falle o sea rechazado por la persona usuaria. Por eso, esta decisión puede llegar a afectar directamente al éxito del dispositivo y a las ventas del producto.

Regulaciones de la FDA

La industria médica debe seguir reglas muy estrictas para proteger la salud de las personas, por ejemplo, en EE. UU. la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) revisa los productos antes de que salgan al mercado, para el caso de Costa Rica, el ente regulador es el Ministerio de Salud, específicamente a través de la Dirección de Regulación de Productos de Interés Sanitario (DRPIS). Estas instituciones también exigen que se fabriquen con altos estándares de calidad y se encargan de reportar problemas que ocurran después de su uso, esto se hace con el fin de mantener la confianza en los dispositivos médicos.

Normas ISO

Las normas ISO son guías internacionales que aseguran la calidad y seguridad de los dispositivos médicos.

La norma ISO 13485 establece los requisitos para implementar un sistema de gestión de calidad que permita diseñar, fabricar y distribuir productos de manera controlada y eficiente, por otro lado, la norma ISO 14971 se enfoca en la gestión de riesgos, ayudando a identificar, evaluar y reducir posibles peligros que puedan afectar al paciente o al usuario, por lo que cumplir con estas normas facilita vender en otros países y también generar confianza a los usuarios y a los reguladores.

Competitividad empresarial

La competitividad empresarial en el sector de dispositivos médicos bajo el régimen de zona franca en la Gran Área Metropolitana (GAM) se ha consolidado como un motor clave del crecimiento económico costarricense. Estas empresas, al operar en un entorno altamente regulado y orientado a la exportación, deben mantener altos estándares de calidad, innovación y sostenibilidad. Según Alfaro (2024), “De manera sorprendente, en 2022, las exportaciones de Costa Rica superaron a las de China hacia Estados Unidos, lo que resalta su importante ascenso en el panorama del comercio internacional y la reconfiguración de las cadenas de valor globales” (párr. 2).

La implementación de prácticas responsables permite a estas empresas diferenciarse en mercados internacionales altamente competitivos, lo que contribuye a generar valor compartido y se traduce en una ventaja competitiva sostenible, este enfoque también impulsa relaciones más sólidas con los grupos de interés, como clientes, proveedores y comunidades y de esta manera, las empresas logran consolidar su presencia en el mercado internacional y responder con mayor eficacia a los cambios y demandas del comercio internacional.

Factores que influyen en la competitividad exportadora

Entre los factores que influyen en la competitividad exportadora destacan la innovación tecnológica, la calidad del capital humano, la infraestructura logística y el cumplimiento de estándares internacionales. Las empresas de dispositivos médicos en zona franca han invertido en estos aspectos para posicionarse como líderes en exportación dentro de América Latina.

Se encuentra que las MNC generan beneficios tanto para los trabajadores que estas emplean (primas salariales) como para sus empresas proveedoras domésticas (derrames de productividad). Los resultados positivos sugieren la importancia de apoyar la mejora continua de proveedores actuales y potenciales de las MNC, con un enfoque de apoyo integral a los proveedores locales” (Monge-González & Rivera, 2022, p. 29).

El apoyo del Gobierno y las reglas claras del país son claves para que las empresas puedan exportar con éxito, algunos elementos como la estabilidad legal, los beneficios fiscales y la capacitación técnica ayudan a fortalecer esa capacidad. Por lo tanto, cuando las empresas locales se convierten en proveedoras de compañías multinacionales, mejoran su productividad y sus trabajadores tienen más oportunidades de crecer profesionalmente, lo que demuestra la relevancia de continuar impulsando políticas y estrategias que favorezcan el crecimiento sostenido de estas empresas.

Beneficios y limitaciones de la RSE

La responsabilidad social empresarial aporta ventajas importantes, pero también enfrenta ciertos desafíos. Por un lado, permite a las empresas mejorar su imagen, fortalecer relaciones con sus grupos de interés y aumentar su eficiencia interna, por otro, su implementación puede verse limitada por la falta de recursos económicos, compromiso o claridad en los objetivos de la aplicación. En sectores exportadores, como el de dispositivos médicos, la RSE se convierte en una herramienta estratégica, sin embargo, su efectividad depende de una adecuada planificación y de un seguimiento constante que garantice el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Beneficios internos

La RSE interna se enfoca en el bienestar de los trabajadores y en crear un ambiente laboral saludable, esto incluye acciones como la igualdad de oportunidades, la conciliación entre vida laboral y personal y la formación continua, por lo que estas prácticas no solamente mejoran la satisfacción del personal, sino que también aumentan la productividad. Según Curto Grau (2021), “las políticas de RSE interna son especialmente relevantes en el caso de compañías multinacionales porque en un contexto de internacionalización como el actual, la legislación laboral resulta menos efectiva” (p. 3).

Cuando las empresas se preocupan por sus empleados, estos se sienten más comprometidos y motivados lo que genera un efecto positivo en el clima organizacional y en la calidad del trabajo, la Responsabilidad Social Empresarial interna también ayuda a atraer y retener talento, lo cual es clave en sectores altamente competitivos, de este modo invertir en el bienestar del personal no solamente es una acción ética, sino también una decisión estratégica para el crecimiento sostenible de la organización.

Ilustración 13 Beneficios de la RSE



Nota: 5 Beneficios de la RSE, por Fundación construyendo sonrisas,(s.f),(<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=819310246999530&id=100067616873824&set=a.510685041195387>)

Beneficios externos

La RSE externa se refleja en el respeto al medioambiente, el apoyo a las comunidades y la relación ética con proveedores y clientes. Las empresas que aplican estos principios generan confianza y fortalecen su reputación. Según el estudio citado, “se minimiza el impacto negativo al medioambiente, respetando y cooperando siempre con las comunidades locales, fomentando relaciones de equidad con sus proveedores, socios comerciales y consumidores” (Universidad Rafael Belloso Chacín, 2023, p. 172)

Cuando las empresas desarrollan programas sociales, educativos o ambientales logran generar un impacto positivo en las comunidades donde operan, lo cual fortalece su aceptación social y disminuye la posibilidad de conflictos con actores locales, al mismo tiempo la RSE externa facilita la creación de alianzas estratégicas con instituciones públicas, organizaciones no gubernamentales y otras compañías lo que permite ampliar las oportunidades de crecimiento y colaboración sostenida en el tiempo.

Ilustración 14 Limpieza de playa RSE



Nota: Campaña de limpieza por Green Wolf Costa Rica, (2024), (<https://greenwolfcr.org/campanas-de-limpieza/> y)

Limitaciones

A pesar de sus beneficios, la RSE enfrenta limitaciones importantes, una de las principales es la falta de recursos económicos y humanos para implementar programas sostenibles, especialmente en pequeñas y medianas empresas, también puede haber resistencia interna si no se entiende su valor estratégico, por eso algunas empresas adoptan la RSE solamente como una estrategia de imagen, sin un compromiso real, pero como advierte Curto Grau (2021), “la redacción de un código de conducta u otros tipos de reglamentos requiere de un seguimiento y una supervisión estricta” (p. 3), lo que muchas veces no se cumple adecuadamente.

Ilustración 15 Código de conducta



Nota: Código de Ética empresarial, por Venegas Morales Consultores (2023), (<https://vanegasmorales.com/wp-content/uploads/2023/02/Conductta-Corporativa-VMC.png>)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque

El ser humano se encuentra cada vez más en entornos que carecen de un enfoque humanista. Por esta razón, en muchas ocasiones es necesario acudir a la teoría y luego validarla mediante la revisión de datos o hallazgos de investigaciones porque la complejidad de la naturaleza humana exige una evaluación que contemple sus múltiples particularidades. Por otro lado, también que los enfoques han cambiado y ahora se centran en el desarrollo de habilidades y también la evaluación que busca reflejar esta nueva orientación, entendiendo y considerando de manera holística las habilidades de las personas. Para Hernández *et.al* (2018), la investigación cualitativa estudia:

(...) fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltrear” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y los resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (p. 7)

A lo citado Hernández *et. al* (2018) agregan: “(...) se plantea un problema de investigación (...). Va enfocándose paulatinamente. La ruta se va descubriendo o construyendo de acuerdo con el contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio.” (p. 7) De igual forma los autores Hernández *et. al* (2018) sostienen que:

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio. (pp. 7-8)

La investigación cualitativa estudia a detalle porque no es solamente de tener la idea y realizar una búsqueda de pruebas y comprobarlo, sino que el investigador debe analizar los hechos y también considerar otros descubrimientos de otros estudios a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que se está observando y lo que ocurre. Se entiende que en la etapa indagatoria el estudio puede ir variando, ya que se pueden ir descubriendo nuevos temas relacionados antes, durante o después de la recolección y el análisis de datos.

Diseño cualitativo

El enfoque cualitativo es inherentemente humanista. Demuestra un gran respeto por la condición humana y todas sus manifestaciones, por lo que se busca que en cada una de sus etapas siempre esté presente el carácter humanista que caracteriza este tipo de investigación. Según Jain (2023) “se define como un tipo de metodología de investigación que se centra en explorar y comprender fenómenos complejos y los significados que les atribuyen individuos o grupos” (párr.1) Se intenta entender la diversidad y la profundidad de las experiencias, creencias, actitudes y comportamientos de las personas.

Interaccionismo simbólico

Esto se refiere a que las personas actúan ante las cosas o situaciones basándose en el significado que éstas tienen para ellos y esto deriva de la interacción con otros, es así como el significado es manejado por la interpretación que le da la persona, es por eso por lo que se puede entender que cada interacción social está llena de símbolos, de palabras, gestos, objetos e incluso en algunos casos hasta de rituales y cada uno de los anteriores tienen un significado específico. Como menciona Stewart, (2024):

El término interaccionismo simbólico se refiere a una teoría sociológica que se centra en la creencia de que el comportamiento humano no está dictado meramente por fuerzas o estructuras externas. Por el contrario, se deriva de los significados sociales que atribuimos a las situaciones, los objetos y las interacciones. (párr.4)

Fenomenología Empírica

Según Hernández et al. (2018), la fenomenología empírica “se enfoca menos en la interpretación del investigador y más en describir las experiencias de los participantes” (p.549). Su propósito es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias. Se obtiene la perspectiva de los participantes. Se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias ante determinado fenómeno: sentimientos, emociones, etc. El investigador trabaja directamente con los participantes y la esencia de la experiencia compartida.

Población y Muestra

Población

Según Hernández, et al. (2018) la población es: “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (p.199). Es significativo tomar en cuenta que la población que se elija sea similar en características y accesible en tiempo y lugar, con el fin de que cuando se necesite tomar una unidad de interés o algún caso relacionado para el proceso de análisis, se pueda llegar a esto de manera fácil y rápida.

En esta investigación se tomará como población a todas aquellas personas que formen parte de las empresas exportadoras del sector de industria medica que se encuentren dentro de la Gran Área Metropolitana en Costa Rica y que estén bajo el régimen de zona franca durante en el primer semestre del 2025, ya que se consideran personas valiosas para obtener respuestas más acertadas al objeto de estudio de esta investigación.

✓ Unidad de muestreo: Empresas exportadoras de sector de industria médica bajo el régimen de zona franca de la GAM.

Muestra

Para llevar a cabo esta investigación y la aplicación de las entrevistas, se ha decidido seleccionar como muestra a gerentes o personas idóneas de diferentes empresas ubicadas dentro de la Gran Área Metropolitana (GAM) del sector de industria médica. Los gerentes o las demás personas son individuos clave en la toma de decisiones y poseen una perspectiva integral sobre el funcionamiento y los desafíos de las empresas exportadoras en la región. Al entrevistar a estas personas, se podrá obtener información valiosa y relevante sobre las empresas exportadoras en relación con la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial.

Una muestra se refiere a una porción representativa de una población más grande que se selecciona para llevar a cabo un estudio o una investigación. La muestra se elige de manera aleatoria o mediante un método específico para garantizar que sea representativa de la población en general. Según Babbie (2020), “una muestra es una parte seleccionada de una población o universo, que se utiliza para hacer inferencias o generalizaciones sobre la población a partir de la cual se selecciona”. (p. 123).

Muestra cualitativa

El tamaño de la muestra, números de casos o unidades de muestreo se define a partir de: naturaleza del fenómeno, capacidad operativa de recolección y análisis, entendimiento del fenómeno, saturación de categorías. En este estudio, centrado en la Responsabilidad Social Empresarial dentro del sector de dispositivos médicos, estos criterios permiten establecer una muestra adecuada que refleje la diversidad de prácticas y enfoques presentes en las organizaciones del sector. Como lo define Salas (2020),

En los estudios cualitativos, el tamaño de la muestra no es importante desde una perspectiva probabilística porque el interés del investigador no es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia. Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad. Nos conciernen casos (participantes, personas, organizaciones, eventos, animales, hechos, etc.) que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación. (párr.8).

En la investigación cualitativa, este tipo de muestra se selecciona intencionalmente para obtener una perspectiva más detallada del objeto de estudio, sin la necesidad de estudiar toda una población. El tamaño de la muestra no es importante porque se busca captar información puntual, más que representar toda una población. Además, la muestra puede sufrir cambios a lo largo del estudio, agregando o descartando unidades a medida que avanza la investigación.

Tipo de muestra por conveniencia

En la investigación se considerará la muestra por conveniencia que como lo indica Hernández (2021), la muestra por conveniencia es “La muestra que se elige de acuerdo con la conveniencia de investigador, le permite elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio.” (párr.4). Es por eso por lo que se estima consideran a 10 empresas que se desempeñen fundamentalmente en el sector alimentario y apliquen la logística verde en las operaciones de transporte.

Tabla 1: Muestra

No. Entrevistado	Puesto	Razón
1	Gerente General	Conocimiento RSE
2	Coordinador de sostenibilidad	Experto en sostenibilidad ambiental.
3	Gestor Ambiental	Con conocimiento en calidad, logística y ambiente.
4	Director de Relaciones Corporativas	Con conocimiento logística y ambiente.
5	Gerente	Conocimiento en RSE.
6	Gerente general	Conocimiento en políticas empresariales
7	Gerente	Conocimiento en políticas empresariales
8	Administrativo	Conocimiento en políticas empresariales
9	Gerente	Conocimiento en políticas empresariales
10	Encargada del área ambiental	Con conocimiento en logística y ambiente.

Nota: Elaboración propia, (2025)

Unidades de análisis

Las unidades de análisis generan las categorías pertinentes para el planteamiento del problema, como anota Martello (2021), “El análisis consiste en separar los elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las distintas cuestiones planteadas en la investigación.” (p.242). Adicionalmente explica el fenómeno en estudio, por lo cual se pueden mantener o cambiar las unidades, pero estas estarán relacionadas entre sí y se espera poder responder las preguntas que se generan en la investigación.

1. El investigador revisa todo el material (conjunto de datos).
2. Se identifica un tipo de segmento para ser caracterizado como unidad constante).
3. Codificar para determinar pertinencia: codificación abierta (comparar unidades de análisis para determinar categorías relevantes para el planteamiento del problema).
4. El investigador puede mantener o cambiar la unidad.
5. UNIDAD – CATEGORÍA – CODIFICACIÓN (todas relacionadas unas con otras).
6. Categorías de análisis: técnicas para generarlas:
 - a. AGRUPAMIENTO: anotar temáticas vinculados al planteamiento, señalar cuáles son comunes (se repiten una y otra vez) y por último se agrupan.
 - b. TÉCNICAS DE ESCRUTINIO:
 - i. REPETICIONES: la más fácil para identificar categorías.
 - ii. CONCEPTOS LOCALES o usados frecuentemente en el contexto del estudio (expresiones reveladoras propias del ambiente al que pertenece el colaborador).
 - iii. METÁFORAS Y ANALOGÍAS (ayuda a localizar categorías con significado).
 - iv. TRANSICIONES: cambios que ocurren de manera natural en conversaciones e interacciones).
 - v. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS (del lenguaje verbal y no verbal).
 - vi. CONECTORES LINGÜÍSTICOS Y ADVERBIOS, PRONOMBRES O SIMILARES (grupos de palabras y términos que las conectan).

- vii. DATOS PERDIDOS O NO REVELADOS (preguntarse qué falta o perdido).
- viii. MATERIAL VINCULADO A LA TEORÍA (se examina el ambiente o contexto, las perspectivas de los participantes y sus percepciones y lo que piensan de otras personas, entre otros. Relación entre las categorías y las preguntas de investigación y también buscar nuevas perspectivas).

Tabla 2 Unidad de Análisis

Objetivo	Unidad	Categoría	Definición Conceptual	Instrumentalización
Identificar las principales prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implementadas por las empresas del sector de dispositivos médicos en zona franca dentro de la Gran Área Metropolitana.	Principales prácticas	Tipos de practicas Selección Áreas relevantes Evaluación Involucramiento	(Euroinnova International Online Education 2025) Las prácticas son un conjunto de actividades o acciones que desarrollamos al aplicar ciertos conocimientos, con la finalidad de mejorar en la disciplina que se practica. (párr.4)	De la pregunta 1 a la 7
Describir cómo la adopción de prácticas de RSE	Adopción	Beneficios Impacto Cambios	(DEL, s.f) Adopción es recibir, haciéndolo propio, un parecer, un	De la pregunta 8 a la 14

contribuyen con la mejora de la imagen corporativa en las empresas exportadoras del sector de dispositivos médicos.		Fortalecimiento de la marca Estrategia Atracción de talento humano Programas	método, una doctrina que han sido creados por otros. (párr.3)	
Estudiar las limitaciones que enfrentan las empresas del sector con la implementación estrategias de RSE.	Limitaciones	Obstáculos Limitaciones Restricciones Retos Cultura organizacional Capacitación	(Enago, 2022): Las limitantes corresponden a aquello que pueda restringir las generalizaciones a partir de los resultados, o son el resultado de los retos no anticipados que surgen. (Párr. 1)	De la pregunta 15 a la 20

Nota: Elaboración propia, (2025)

Instrumento

Los instrumentos son lo que se utiliza para recopilar información relevante en el proceso de investigación. Como indica Santos (2023), "Son todos los recursos, tanto físicos como digitales, que ayudarán a recopilar los datos más importantes" (párr. 47). Con la aplicación de estos instrumentos se pueden tener respuestas confiables, ya que la aplicación repetida al mismo individuo produce resultados iguales; además, se puede validar y comparar con otros criterios que miden lo mismo. Este recurso debe tener objetividad y se refuerza mediante la estandarización.

Cuestionario

El cuestionario es un método utilizado para recopilar información mediante la formulación de preguntas, como lo menciona Ortega (2023): “El cuestionario es una herramienta diseñada para la recolección de datos cuantitativos y se utiliza mucho en la investigación porque es un buen instrumento de investigación para recolectar datos estandarizados y hacer generalizaciones.” (párr. 6), este instrumento se aplica mediante comunicación interpersonal; la persona que realiza el cuestionario obtiene respuestas verbales o escritas del receptor sobre el tema o problema de la investigación.

Entrevistas

Este instrumento es más íntimo, flexible y abierto; se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre un entrevistador y el entrevistado. Santos (2023): "Este método consiste en recopilar la información formulando preguntas. A través de la comunicación interpersonal, el emisor obtiene respuestas verbales del receptor sobre un tema o problema en específico." (párr. 20). Sin embargo, existen entrevistas estructuradas y semiestructuradas.

Estructuradas

En este caso se va siguiendo una guía de preguntas específicas, según Ortega (2023), “Las entrevistas estructuradas se definen como una herramienta de investigación que es extremadamente rígida en sus operaciones y permite muy poco o ningún margen para incitar a los participantes a obtener y analizar resultados.” (párr. 5) Este tipo de entrevistas facilitan la clasificación y el análisis, pero al ser rígidas hay poca adaptación al sujeto que se entrevista.

Semiestructuradas

Para las entrevistas semiestructuradas, hay una guía de asuntos o preguntas, pero hay libertad para agregar preguntas adicionales.

Según Ortega (2023), “Las entrevistas semiestructuradas ofrecen al investigador un margen de maniobra considerable para sondear a los encuestados, además de mantener la estructura básica de la entrevista. Incluso si se trata de una conversación guiada entre investigadores y entrevistados, existe flexibilidad.” (párr.10) Al reducir formalismos, es una entrevista más amigable, pero siempre mantiene la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones acordes con los propósitos del estudio.

Proceso de recolección de datos

El proceso de recolección de datos da inicio con la elaboración de los objetivos específicos, esto conlleva a elaborar preguntas que se hacen por medio de un instrumento que en este caso se elige un cuestionario que es aplicado a una serie de personas mediante una entrevista, esa muestra se espera que recolecte y arroje datos e información valiosa e importante para así poder elaborar posteriormente las recomendaciones y conclusiones de la investigación.

En el contexto del sector de dispositivos médicos, donde la RSE abarca temas como la sostenibilidad en la cadena de suministro, el bienestar laboral y la innovación responsable, el cuidado al medio ambiente y la ayuda social resulta fundamental que el instrumento de recolección permita captar percepciones reales y prácticas concretas. Por ello, se presta especial atención a que las preguntas estén alineadas con los ejes temáticos de la investigación que en este caso son los objetivos específicos, permitiendo así una interpretación profunda de los resultados en función de los compromisos éticos y sociales asumidos por las empresas del sector.

Fuentes de información

Fuente Primaria

Las fuentes primarias contienen información original que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido modificada, filtrada o interpretada por nadie más. Para este tipo de fuentes se pueden utilizar libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas, por supuesto, a los encuestados o entrevistados, todos estos siempre y cuando los datos sean originales. Como menciona Martello (2021),

Son aquellos datos que son relevados por el investigador para realizar el estudio. La principal ventaja es que los mismos responden al problema, delimitación, objetivos y perspectiva teórica elaborada por el investigador. La desventaja principal que tienen los estudios con datos primarios es que los costos suelen ser muy elevados, por ello, en el diseño de estos hay que contemplar cuidadosamente los aspectos económicos y administrativos. (p.240)

Se utilizaron fuentes primarias como base fundamental para obtener información original y directamente relacionada con el objeto de estudio. Estas fuentes incluyeron encuestas aplicadas a colaboradores de empresas del sector de dispositivos médicos de la GAM en Costa Rica y a expertos en RSE, adicionalmente, algunos documentos oficiales emitidos por instituciones públicas o privadas. Al tratarse de datos recolectados específicamente para esta investigación, estas fuentes permitieron abordar el problema, los objetivos y la perspectiva teórica de manera precisa y contextualizada.

Fuente Secundaria

Las fuentes secundarias son aquellas que recopilan y organizan la información proveniente de otras fuentes, sin haber sido obtenida directamente por el investigador. Su principal ventaja radica en el hecho de que suelen ser más económicas o incluso gratuitas, lo que facilita su acceso. Es por eso por lo que estas fuentes pueden proporcionar una visión más amplia sobre un tema, ya que engloban diferentes hallazgos y perspectivas de otros estudios.

Son aquellos datos que no han sido relevados por el investigador, pero que son usados por él para realizar la investigación. La principal ventaja que tienen es que los costos son reducidos o nulos. En cambio, entre los inconvenientes que pueden presentar, se pueden destacar los siguientes: es muy probable que dichos datos hayan sido recogidos en función de otra problemática, otros objetivos y perspectiva teórica. (Martello, 2021, p.240)

Es importante considerar que estos datos pueden haber sido recogidos para otros propósitos y puntos de vista, lo que puede influir en su utilidad para la investigación que se está realizando. Estas fuentes resumen, reorganizan o sintetizan la información de fuentes primarias y ofrecen una perspectiva más interpretativa y analítica. Además, su uso puede facilitar el acceso a una gran cantidad de información de manera rápida, aunque siempre es recomendable evaluar la calidad y la relevancia de los datos presentados.

Para este caso se recurrió a utilizar fuentes secundarias para complementar el análisis y enriquecer el marco teórico de la tesis. Estas incluyeron libros especializados, artículos académicos, informes institucionales, estándares internacionales, páginas web y bases de datos que recopilan información previamente publicada por otros investigadores que enriquecen esta investigación, estas fuentes permitieron acceder a una visión más amplia y comparativa sobre la RSE, facilitando la identificación de tendencias y enfoques teóricos.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Ahora se presentarán los resultados de la investigación por medio de la entrevista que se le realizó a las personas especializadas en el tema del impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas del sector de dispositivos médicos bajo el régimen de zona franca dentro de la GAM como factor de competitividad para las exportaciones en el I semestre del 2025. De acuerdo con Hernández et al. (2018), el concepto correspondiente a este proceso de investigación es el siguiente: “La unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición.” (p.183). El presente capítulo está organizado de la siguiente manera: primeramente, se encuentra la tabla 3, donde se derivan las categorías que emergieron de las unidades correspondientes a los tres objetivos específicos de la presente investigación.

Se encuentra una segunda parte, donde se describe y analiza cada una de las categorías de análisis; esta se recrea de acuerdo con lo explorado por fuentes de información y las derivadas de fuentes científicas. Finalmente, se realiza un apartado de interpretación de datos donde se le da una respuesta al problema de la investigación. A continuación, se presentan las unidades y categorías de análisis base para este proyecto de investigación:

Tabla 3. Unidades y categorías de análisis

Unidades	Categorías
1. Principales prácticas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo de prácticas 2. Selección 3. Áreas relevantes 4. Evaluación 5. Involucramiento
2. Adopción.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beneficios 2. Impacto 3. Cambios 4. Fortalecimiento de marca 5. Estrategia

	6. Atracción de talento humano 7. Programas
3. Limitantes.	1. Obstáculos 2. Limitaciones 3. Restricciones 4. Retos 5. Cultura organizacional 6. Capacitación

Nota: Elaboración propia, (2025)

Unidad de análisis 1: Principales prácticas

Esta primera unidad de análisis tiene como fin la indagación sobre las principales prácticas de responsabilidad social empresarial implementadas por las empresas del sector de dispositivos médicos. Esta unidad es de suma importancia porque permite conocer cómo estas empresas están aplicando la RSE en sus operaciones diarias. Además, al tratarse de un sector que opera en zonas francas y que tiene un impacto relevante en la economía nacional, es necesario entender qué tipo de acciones están tomando en temas con el ambiente, la sociedad y sus colaboradores dentro de sus procesos. Para el Instituto Mexicano de Mejores Prácticas Corporativas (s. f.), el concepto de principales prácticas se define de la siguiente forma:

Es una serie de metodologías, sistemas, herramientas y técnicas aplicadas y probadas con resultados sobresalientes en empresas que han sido reconocidas como de clase mundial. (párr.1)

Pero también es cierto que este concepto no debe ser limitativo a lo que este tipo de empresas han implementado, sino que también debe de incluir aquellas prácticas que las empresas pequeñas, medianas, grandes o locales han desarrollado e implementado para obtener mejores resultados, o aquellas que se han tomado, adaptado y transformado para cubrir adecuadamente sus necesidades. (párr.2)

Con lo anteriormente mencionado, las prácticas de RSE incluyen una variedad de acciones que ayudan a las empresas a actuar de forma responsable en diferentes áreas. Es importante aplicarlas para mejorar el impacto social, ambiental y económico de sus operaciones. En este caso, la unidad de análisis estará directamente relacionada con las características más relevantes mencionadas por las personas entrevistadas, por lo que es esencial examinarlas para este estudio. Las categorías mencionadas por los entrevistados sobre la primera unidad de estudio fueron las siguientes:

1. Tipos de prácticas
2. Selección
3. Áreas relevantes
4. Evaluación
5. Involucramiento

Categoría 1: Tipo de prácticas

Descripción

En el desarrollo de la primera unidad de análisis, se conformó la categoría uno, orientada a explorar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que la organización considera prioritarias dentro de su estrategia corporativa, para ello, se consultó a personas expertas con el objetivo de identificar aquellas acciones que, desde su perspectiva, poseen mayor relevancia en el contexto empresarial específico.

Esta aproximación permitió recopilar información valiosa sobre las iniciativas que reciben mayor atención y recursos dentro de la planificación estratégica, así como comprender el enfoque que adopta la empresa en relación con la sostenibilidad, el compromiso social y la gestión ética, “por ello, para que una empresa tenga una responsabilidad social empresarial sólida debe estar dispuesta a la adopción de prácticas sostenibles” (Docusing, 2025, pár.11). Las respuestas fueron las siguientes:

“Educación, salud y equidad de género.” (Entrevistado 1)

“Salud y sostenibilidad ambiental.” (Entrevistado 2)

“Tenemos estrategias de sostenibilidad en acciones ambientales, económicas y sociales. Prevención de enfermedades, recolección de residuos, embellecimiento de parques. Y un gran enfoque en campañas de prevención de enfermedades o informar buenos hábitos de salud.” (Entrevistado 3)

“La parte ambiental.” (Entrevistado 4)

“Comunitarias, ayuda social y también la parte ecológica como limpieza de playas, plantaciones de árboles etc.” (Entrevistado 5)

“Gestión de residuos y eficiencia energética, salud ocupacional y operativa.” (Entrevistado 6)

“Ética, Salud ocupacional, seguridad, sostenibilidad ambiental, derechos laborales.” (Entrevistado 7)

“Salud ocupacional, inclusión y sostenibilidad ambiental.” (Entrevistado 8)

“Cuidado del medio ambiente.” (Entrevistado 9)

“Somos bandera azul, y contamos con una política de libre discriminación y de diversidad e inclusión.” (Entrevistado 10)

Análisis

Las respuestas de los expertos muestran que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial más valoradas por las empresas se relacionan principalmente con la salud ocupacional, el cuidado del medio ambiente, la equidad de género, la inclusión y la ética, además se mencionan acciones comunitarias como la limpieza de playas, la reforestación y el apoyo social, lo que indica un interés por generar impacto positivo más allá del entorno laboral. Aunque cada organización tiene prioridades distintas, se nota una tendencia común hacia la sostenibilidad y el bienestar de las personas, lo que refleja que la RSE no solamente se integra en la estrategia empresarial, sino que también se convierte en una herramienta para fortalecer la relación con la comunidad y mejorar la calidad de vida.

Categoría 2: Selección

Descripción

La segunda categoría de la primera unidad de análisis está enfocada en comprender cómo se seleccionan las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial que la empresa decide implementar. Para ello, se consultó a personas expertas con el fin de conocer los criterios, mecanismos y procesos que guían esta elección, las respuestas obtenidas permiten identificar si las decisiones se basan en análisis técnicos, alineación con objetivos corporativos, impacto social o ambiental, entre otros factores relevantes dentro de la planificación estratégica. Las respuestas fueron las siguientes:

“Por matriz de materialidad y prioridades globales ya que somos una empresa multinacional.” (Entrevistado 1)

“Por análisis de impacto y alineación con ODS.” (Entrevistado 2)

“Bajo una estrategia de 2 parámetros, todo lo analizamos por medio un comité para ver en que podemos colaborar y que estén en la misma línea de la empresa.” (Entrevistado 3)

“Los objetivos empresariales que tenemos y de ahí partimos para implementar la RSE.” (Entrevistado 4)

“Se hace un análisis de lugares con mayor impacto para así ayudar a reducirlo.” (Entrevistado 5)

“Por análisis de impacto ambiental y prioridades corporativas.” (Entrevistado 6)

“Encuestas de mercadeo, cumplimiento de normativas, analices de los impactos de las operaciones, medición de resultados.” (Entrevistado 7)

“A través de comités globales y análisis de impacto local.” (Entrevistado 8)

“Diagnóstico interno y evaluación de impacto.” (Entrevistado 9)

“Son políticas globales.” (Entrevistado 10)

Análisis

Según lo expresado por los entrevistados, las iniciativas de RSE se eligen a partir de distintos mecanismos como matrices de materialidad, diagnósticos internos, análisis de impacto y comités especializados.

Se consideran los Objetivos de Desarrollo Sostenible, las prioridades globales de la empresa y el cumplimiento de normativas, lo que refleja que las decisiones no se toman de forma aislada, sino que responden a una planificación estructurada que busca alinear las acciones con los valores institucionales y las necesidades del entorno. Aunque “los objetivos de la RSE pueden resultar variados y dependerán de la orientación de la empresa” (Docusing, 2025, párr. 20) se nota una intención común de asegurar que las iniciativas generen resultados concretos y estén conectadas con los objetivos estratégicos.

Categoría 3: Áreas relevantes

Descripción

Esta tercera categoría de la primera unidad de análisis se orientó a identificar cuáles áreas dentro de la empresa son consideradas más relevantes en el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, a través de preguntas dirigidas a personas expertas, se buscó conocer qué dimensiones reciben mayor atención y cómo estas se relacionan con los objetivos estratégicos de la organización. Las respuestas permiten observar qué temas son priorizados y cómo se vinculan con el entorno social, ambiental y laboral. A continuación, lo que respondieron:

“Comunidad, salud y diversidad.” (Entrevistado 1)

“Comunidad, salud y medio ambiente.” (Entrevistado 2)

“Son dos áreas, siempre enfocadas en la salud, la 1, el tratamiento de causas, que tienen un impacto en mejorar la calidad de vida de las personas, y la 2da es mejorar la vida del adulto mayor mediante campañas.” (Entrevistado 3)

“Parte ambiental, salud y seguridad.” (Entrevistado 4)

“La parte ambiental, ya que se realizan limpiezas de playas, plantaciones de árboles y charlas sobre salud.” (Entrevistado 5)

“Medio ambiente y seguridad.” (Entrevistado 6)

“Áreas de Producción y Mercadeo.” (Entrevistado 7)

“Salud, planeta y trabajo.” (Entrevistado 8)

“Relación con la comunidad y desarrollo local.” (Entrevistado 9)

“Son aquellas iniciativas que benefician a los pacientes, colaboradores y medio ambiente.”
(Entrevistado 10)

Análisis

Las respuestas muestran que las áreas más destacadas en el enfoque de RSE incluyen la salud, el medio ambiente, la seguridad, la comunidad y la diversidad. También se mencionan acciones dirigidas al adulto mayor, campañas de salud y actividades de reforestación, esto refleja un interés por atender tanto el bienestar interno como el impacto externo de la empresa. Aunque las prioridades varían, se nota una coincidencia en la importancia de generar valor social y ambiental, lo que confirma que estas áreas son clave para fortalecer el compromiso empresarial con la sostenibilidad. Según Rojas. M (2024) “estas dimensiones no solo son pilares básicos, sino que también son fundamentales para un enfoque integral en la gestión empresarial.” (párr.3)

Categoría 4: Evaluación

Descripción

La cuarta categoría se enfocó en conocer los mecanismos que utilizan las empresas para evaluar el impacto de sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, se consultó a la población muestra para entender cómo se mide el alcance de las acciones implementadas y qué herramientas permiten verificar su efectividad que “implica el nivel de coherencia entre los objetivos propuestos por una empresa, las acciones tomadas para conseguirlos y los resultados obtenidos” (García M., 2023, párr.1). Las respuestas obtenidas ofrecen una visión sobre los métodos de seguimiento y control que forman parte de la gestión de la RSE, son las siguientes

“Encuestas a colaboradores para medir el ámbito laboral, KPIs y reportes de impacto.”
(Entrevistado 1)

“KPIs sociales y ambientales.” (Entrevistado 2)

“Seguimiento de fundaciones o asociaciones, se necesita evidencia y se les da acompañamiento. Se hace un informe del alcance de la campaña o en lo que se trabajó también meses posteriores se miden índices de salud, o si son siembra de árboles se hace revisión del estado del crecimiento, por ejemplo.” (Entrevistado 3)

“Métricas y auditorías.” (Entrevistado 4)

“Recopilación de datos.” (Entrevistado 5)

“Indicadores de reciclaje, consumo energético o accidentes.” (Entrevistado 6)

*“Indicadores claves de desempeño, auditorías internas, mejora continua, encuestas.”
(Entrevistado 7)*

“Indicadores ESG, auditorías y los reportes GRI.” (Entrevistado 8)

“Indicadores de desempeño.” (Entrevistado 9)

*“Encuestas y evaluaciones de las entidades gubernamentales correspondientes.”
(Entrevistado 10)*

Análisis

Los entrevistados señalaron que el impacto de las prácticas de RSE se evalúa mediante indicadores clave de desempeño, auditorías internas, encuestas, reportes GRI, métricas ambientales y sociales, así como seguimiento a campañas y asociaciones también otros puntos que se mencionan son herramientas como KPIs, recopilación de datos y análisis posteriores a las actividades, esto evidencia que las empresas aplican métodos variados para asegurar que sus acciones generen resultados medibles, lo que permite ajustar estrategias y mantener una mejora continua en sus programas de responsabilidad social.

Categoría 5: Involucramiento

Descripción

La quinta y última categoría de esta unidad se centró en explorar cómo se involucra el personal operativo en las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial, a través de las respuestas de personas expertas, se buscó entender el nivel de participación de los colaboradores en las actividades sociales, ambientales y comunitarias promovidas por la empresa, como el voluntariado que según Gizalde (s.f) es “la persona que ofrece su tiempo, sus conocimientos, su experiencia y su trabajo para el desempeño gratuito de una labor solidaria” (párr.2). Esta información permite valorar el compromiso interno y la cultura organizacional en torno a la RSE.

“Muchas veces en programas de voluntariado.” (Entrevistado 1)

“En programas de voluntariado a nivel empresarial, como limpieza de ríos o playas y también plantación de árboles. Esto generalmente lo hacemos en colaboración con otras empresas y entidades.” (Entrevistado 2)

“Existe un grupo de voluntariado abierto a toda la organización. Se hace un llamado a todos nuestros colaboradores, administrativos, personal operativo, alta gerencia incentivando que participen.” (Entrevistado 3)

“Realizamos campañas en la línea de RSE.” (Entrevistado 4)

“Asistiendo a los eventos de ayuda social que promueve la empresa, también hay un equipo especializado para esto, donde admiten voluntarios a nivel planta, administrativos y altos rangos y cada uno puede llevar más voluntarios.” (Entrevistado 5)

“Campañas internas y brigadas ambientales.” (Entrevistado 6)

“Capacitaciones, objetivos del puesto, reconocimientos.” (Entrevistado 7)

“Voluntariado corporativo y campañas internas.” (Entrevistado 8)

“En capacitaciones al personal, campañas, voluntariados.” (Entrevistado 9)

“Son responsables de asegurar que los desechos que se generan del proceso productivo sean los menores.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con lo expresado por las personas encuestadas, el personal operativo se involucra en las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial a través de diversas actividades que promueven la participación y voluntaria, entre las acciones más mencionadas se encuentran los programas de voluntariado, las campañas internas, las brigadas ambientales y las capacitaciones, en las que colaboran empleados de distintos niveles jerárquicos. Además, se implementan mecanismos como reconocimientos, objetivos vinculados al puesto y equipos especializados que fomentan el compromiso del personal con los valores institucionales, esta participación no solo fortalece el sentido de pertenencia, sino que también contribuye a consolidar una cultura organizacional orientada al trabajo colaborativo, la sostenibilidad y el desarrollo comunitario.

Unidad de análisis 2: Adopción

La segunda unidad de análisis se enfoca en cómo las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) contribuyen a la mejora de la imagen corporativa de las empresas del sector de dispositivos médicos. Este aspecto es de gran relevancia para la investigación porque una imagen positiva puede fortalecer la relación con los clientes, atraer talento humano, mejorar la reputación ante los grupos de interés y generar ventajas competitivas en el mercado y facilitar alianzas estratégicas con otros actores del entorno empresarial.

En un entorno donde la transparencia y el compromiso social son cada vez más valorados, las prácticas de RSE juegan un papel clave en la percepción pública de las empresas. En esta parte, se han identificado diversas categorías basadas en las respuestas de los entrevistados, que reflejan cómo la implementación de acciones responsables puede influir directamente en la forma en que las empresas son vistas por sus públicos internos y externos. En esta unidad de análisis se encuentran las siguientes categorías:

6. Beneficios
7. Impacto
8. Cambios
9. Fortalecimiento de marca
10. Estrategia
11. Atracción de talento humano
12. Programas

Seguidamente, se presenta un desglose de cada una de las categorías de análisis, las cuales fueron establecidas a partir de las respuestas más significativas y frecuentes mencionadas durante las entrevistas. Cada una será descrita con las expresiones de los entrevistados. Posteriormente, se llevará a cabo una comparación entre los resultados obtenidos de las entrevistas y la teoría formulada en la investigación, según las fuentes consultadas, y finalmente se procederá a analizar la información recopilada.

Categoría 1: Beneficios

Descripción

Esta categoría se enfocó en identificar los beneficios reputacionales que las empresas del sector de dispositivos médicos han obtenido como resultado de sus programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), por eso se dice que

Una empresa que se involucra activamente en prácticas socialmente responsables proyecta una imagen de compromiso con el bienestar de la comunidad y el entorno en el que opera. Esto no solo atrae a clientes conscientes y leales, sino que también fomenta la confianza entre los stakeholders y la sociedad en general. (Flórez M. párr.2)

A través de las entrevistas con personas expertas, se exploraron elementos como el reconocimiento institucional, la obtención de certificaciones ambientales, la mejora de la imagen corporativa y el fortalecimiento de la confianza entre los distintos públicos de interés. Estos beneficios permiten comprender cómo la RSE se convierte en una estrategia que trasciende lo operativo y se posiciona como un activo intangible de alto valor, estas son las respuestas:

“Estamos en rankings de sostenibilidad, por ejemplo, nos eligieron líderes mundiales de la Industria de Suministros y Equipos para el cuidado de la Salud durante dos años consecutivos, índice de sostenibilidad Dow Jones.” (Entrevistado 1)

“Reconocimiento como empresa responsable, además tenemos reconocimientos y certificaciones de operaciones como carbono neutral y de gestión de residuos.” (Entrevistado 2)

“Cuando hay un posteo en redes sociales, hay gran cantidad de comentarios de personas y muy buena aceptación, principalmente en las nuevas generaciones ya que están muy enfocados en eso, he observado mucha acogida por la publicación y mejora de reputación de la empresa.” (Entrevistado 3)

“Los logros, certificados y autorizaciones a nivel internacional.” (Entrevistado 4)

“Ha sido beneficioso en muchos ámbitos especialmente en la reducción de residuos.”
(Entrevistado 5)

“Certificación ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental.” (Entrevistado 6)

“Confianza en nuestros clientes, reconocimiento, retención de talentos.” (Entrevistado 7)

“Reconocimiento como empresa ética y sostenible. También obtuvimos Certificación Leed Platino.” (Entrevistado 8)

“Mayor confianza de los clientes e imagen empresarial.” (Entrevistado 9)

“Contamos con bandera azul, además tenemos personal con discapacidad trabajando con nosotros.” (Entrevistado 10)

Análisis

Los beneficios reputacionales derivados de la implementación de prácticas de RSE son múltiples y significativos, las empresas entrevistadas reportan haber sido reconocidas en rankings internacionales de sostenibilidad, lo cual refuerza su posicionamiento global y valida sus esfuerzos en materia ambiental y social. Además, la obtención de certificaciones como ISO 14001 y Leed Platino evidencia el cumplimiento de estándares rigurosos, lo que genera confianza entre clientes, proveedores y otros stakeholders y la participación activa del personal operativo en estas iniciativas, mediante brigadas ambientales, campañas internas y voluntariado, contribuye a consolidar una cultura organizacional comprometida con la ética y la sostenibilidad.

De este modo, el compromiso interno se refleja externamente en una mejora de la reputación corporativa, lo que facilita la atracción de talento, la fidelización de clientes y el fortalecimiento de relaciones comerciales; en conjunto, los beneficios reputacionales se convierten en indicadores clave del impacto positivo de la RSE en el entorno empresarial y puede ser usado también con un valor agregado para la organización y diferenciarse de la competencia.

Categoría 2: Impacto

Descripción

La segunda categoría de esta unidad se orientó a analizar el impacto que las prácticas de RSE han tenido en la relación con clientes internacionales, por lo que se buscó comprender cómo estas iniciativas influyen en la percepción, confianza y fidelización de clientes en mercados globales, así como en la proyección internacional de las empresas costarricenses del sector de dispositivos médicos. “Medir el impacto de las acciones de una organización demuestra que se cumplen nuestros objetivos de sostenibilidad y poner en valor las medidas que se han adoptado.” (EUDE, 2023, párr.1) La información recopilada permite valorar el papel estratégico de la RSE en la construcción de vínculos comerciales sostenibles y en la diferenciación frente a competidores, a continuación, las respuestas de los encuestados:

“Mejora en percepción de la empresa por parte de clientes internacionales.” (Entrevistado 1)

“Tenemos un enfoque en la innovación, la transferencia de tecnología y la creación de soluciones desde Costa Rica, lo que motiva a otras sedes de la compañía en el resto del mundo a mejorar su gestión ambiental, el bienestar de sus empleados y el impacto positivo en las comunidades.” (Entrevistado 2)

“El mismo impacto con los nacionales, ya que si valoran estas iniciativas siempre será bueno. Tenemos un diagnóstico para los clientes y proveedores socialmente responsables en ambiente, y sociedad.” (Entrevistado 3)

“Buenas porque se hacen lazos internacionales y crecemos más como empresa.” (Entrevistado 4)

“Bastante bien ya que el tema ambiental y social es parte fundamental de las estrategias y objetivos de la empresa.” (Entrevistado 5)

“Muchos clientes valoran cumplimiento ambiental.” (Entrevistado 6)

“Mayor confianza en la compra de nuestros productos.” (Entrevistado 7)

“Mejora en relaciones específicamente con clientes de Puerto Rico, Ohio y europeos.” (Entrevistado 8)

“Un buen impacto ya que las actividades que se realizan son publicadas en redes sociales lo que genera confianza.” (Entrevistado 9)

“Las mediciones de la huella de carbono hace que tanto clientes como proveedores internacionales nos busquen para nuevas alianzas.” (Entrevistado 10)

Análisis

La RSE ha demostrado ser una herramienta eficaz para fortalecer las relaciones con clientes internacionales, especialmente en contextos donde la sostenibilidad y la ética empresarial son altamente valoradas, es por eso por lo que las empresas entrevistadas señalan que sus esfuerzos en innovación, gestión ambiental y bienestar laboral han sido reconocidos por sedes corporativas en otras regiones, lo que ha generado un efecto multiplicador en la adopción de buenas prácticas.

La transparencia en la comunicación de estas acciones, a través de redes sociales y reportes corporativos, ha contribuido a mejorar la percepción de la marca en mercados como Europa, Puerto Rico y Estados Unidos, este impacto se traduce en una mayor confianza en los productos y servicios ofrecidos, así como en la apertura de nuevas oportunidades comerciales, la RSE, en este sentido, no solamente cumple una función ética, sino que se convierte en un diferenciador competitivo que posiciona a las empresas como líderes responsables en el ámbito internacional.

Categoría 3: Cambios

Descripción

Esta categoría se centró en identificar los cambios en la percepción de los stakeholders (clientes, proveedores y comunidades) tras la implementación de prácticas de RSE, el objetivo fue analizar cómo estas transformaciones han influido en la aceptación social, la credibilidad institucional y la construcción de relaciones más sólidas entre la empresa y su entorno.

La consideración de factores ESG y de gobernanza centrada en los stakeholders no solo es una estrategia empresarial sensata, sino también necesaria para garantizar la sostenibilidad a largo plazo y la creación de valor, así como para cumplir con los deberes fiduciarios que la junta directiva y la gerencia deben a la corporación y a los accionistas. (Lipton, Emmerich, Schwartz, Niles & D’Ginto, 2022, párr. 12)

La información obtenida permite valorar el alcance de la RSE como agente de cambio cultural y social, esto fue lo que comentaron los encuestados:

“Mayor aceptación comunitaria entre otras.” (Entrevistado 1)

“Mayor confianza e interés por la marca por parte de clientes y hasta del gobierno.” (Entrevistado 2)

“Sensibilización, hay un cambio de las personas en general. Al ver o escuchar un testimonio, sensibiliza mucho y da énfasis sobre RSE desde nuestra empresa. También hay gratitud.” (Entrevistado 3)

“Cambio bastante grande ya que se han puesto en prácticas más consiente en el área ambiental, por ejemplo, la medición de emisiones de CO2, que si se pasan de x número se tienen que sembrar árboles.” (Entrevistado 4)

“Ellos también aportan con sus productos ecológicos y ayudando con la segregación de los desechos.” (Entrevistado 5)

“Al ser un mundo cambiante y al poner en práctica la RSE hay más aceptación por parte de clientes, proveedores y la comunidad.” (Entrevistado 6)

“Relaciones más sólidas, confianza, credibilidad.” (Entrevistado 7)

“Mejora considerablemente la confianza, porque cada vez hay mayor preocupación por el medio ambiente, derechos laborales y ética empresarial.” (Entrevistado 8)

“Aumento en la fidelidad del cliente.” (Entrevistado 9)

“En su mayoría ofrecen nuevas iniciativas para el negocio.” (Entrevistado 10)

Análisis

Los cambios en la percepción de los stakeholders tras la implementación de prácticas de RSE son evidentes y positivos, las empresas reportan una mayor aceptación por parte de las comunidades locales, quienes reconocen el compromiso ambiental y social de las organizaciones. Este reconocimiento se traduce en relaciones más cercanas y colaborativas, donde la empresa deja de ser vista únicamente como un actor económico y se convierte en un aliado del desarrollo comunitario.

Los clientes y proveedores muestran una creciente sensibilidad hacia temas como la ética empresarial, los derechos laborales y la protección del medio ambiente, lo que ha generado una mejora en la confianza y credibilidad institucional. La RSE ha promovido una cultura organizacional más consciente, en la que se valoran prácticas como la medición de emisiones de CO₂, la segregación de residuos y el uso de productos ecológicos, estos cambios no solo fortalecen la reputación corporativa, sino que también consolidan la fidelidad de los clientes y la sostenibilidad de las relaciones comerciales.

Categoría 4: Fortalecimiento de marca

Descripción

La cuarta categoría de esta unidad se construyó a partir de la pregunta: ¿Cómo considera que la RSE ha fortalecido la marca de su empresa en los mercados? El objetivo fue explorar la percepción de las personas expertas sobre el papel que desempeñan las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la consolidación de la identidad corporativa, el posicionamiento competitivo y la diferenciación en mercados nacionales e internacionales, se buscó comprender cómo la RSE contribuye a construir una marca sólida, confiable y alineada con los valores sociales y ambientales actuales.

“Refuerza imagen corporativa, ya que es vista como empresa humana.” (Entrevistado 1)

“Mejora la imagen como empresa de salud responsable y preocupada por el medioambiente.” (Entrevistado 2)

“Crea una identificación con la marca, medicamentos, salud y socialmente responsables, por eso nos eligen.” (Entrevistado 3)

“Bien porque las certificaciones nos hacen más vistosos a nivel internacional y también nos damos a conocer.” (Entrevistado 4)

“Tiene muy por encima de otras empresas la parte ambiental.” (Entrevistado 5)

“Reforzando la imagen como empresa verde.” (Entrevistado 6)

“Distinguirse de la competencia.” (Entrevistado 7)

“Mejor imagen corporativa, como líder en innovación responsable.” (Entrevistado 8)

“Construcción de confianza y credibilidad.” (Entrevistado 9)

“Todos tenemos un alto grado de compromiso para mantener todas las iniciativas que hasta ahora hemos puesto en marcha.” (Entrevistado 10)

Análisis

Las respuestas obtenidas reflejan que “la RSE fortalece la reputación y la imagen de la empresa” (Flórez, 2023, párr. 2) por lo que las iniciativas responsables han permitido proyectar una imagen corporativa más ética, humana y comprometida con el bienestar social y ambiental. Este posicionamiento ha generado mayor identificación con la marca por parte de clientes y comunidades, así como una diferenciación clara frente a competidores y las certificaciones ambientales y los reconocimientos internacionales también han contribuido a aumentar la visibilidad y credibilidad de las empresas en mercados globales, es por eso que este conjunto de prácticas en la RSE se consolida como una estrategia que no solo mejora la reputación, sino que también construye valor de marca sostenible y responsable.

Categoría 5: Extrategia

Descripción

La quinta categoría se enfocó en conocer el papel que tiene la Responsabilidad Social Empresarial dentro de las estrategias de marketing y posicionamiento de las empresas, por lo que se consultó a las personas participantes para entender si las acciones de RSE se utilizan como parte de la comunicación corporativa, la construcción de marca y la diferenciación frente a otras compañías del sector. Según Ethics Unwrapped (2022), “algunas empresas invierten en RSE como gestión de la reputación o para mantener la rentabilidad de una empresa” (párr. 4). Las respuestas obtenidas permiten analizar cómo la RSE se convierte en un recurso estratégico para fortalecer la imagen empresarial y conectar con distintos públicos, estas fueron:

“Son parte de una estrategia de marca empleadora.” (Entrevistado 1)

“Juegan un papel indispensable ya que es parte de la estrategia de marca global y local.”
(Entrevistado 2)

“Muy importante puesto que para convencer o informar a la gente el marketing es importante dar a conocer lo que estamos haciendo, ya que son identificadores y diferenciadores.”
(Entrevistado 3)

“Todas es muy importante porque dependiendo de eso salen anuncios y se aportan tips y sugerencias que vayan enfocados en el ambiente, generación de residuos.” (Entrevistado 4)

“Uno muy importante, ya que es la parte que impulsa o posiciona a la empresa ante los ojos de las demás personas que no forman parte de la empresa como tal.” (Entrevistado 5)

“Mucho la parte de estrategia de sostenibilidad.” (Entrevistado 6)

“Valor de nuestra marca, conexiones con nuestros clientes y diferenciación competitiva”
(Entrevistado 7)

“Es parte de nuestra narrativa de marca global.” (Entrevistado 8)

“Las acciones de RSE proveen historias reales, testimonios e impacto medible, ideales para campañas de comunicación.” (Entrevistado 9)

“Un papel importante porque además este es un proyecto global que es socialmente responsable.” (Entrevistado 10)

Análisis

Las personas expertas coinciden en que la RSE es parte fundamental de la estrategia empresarial, se utiliza para reforzar la imagen corporativa, generar contenido auténtico para campañas de comunicación y destacar valores como la sostenibilidad y la ética. Además, permite diferenciarse de la competencia y posicionarse como una empresa responsable ante clientes, comunidades y futuros colaboradores, la RSE no solo aporta valor social y ambiental, sino que también se convierte en una herramienta útil para construir confianza y fortalecer la marca.

Categoría 6: Atracción de talento humano

Descripción

La sexta categoría se enfocó en conocer cómo influye la Responsabilidad Social Empresarial en la atracción y retención de talento humano dentro de las empresas del sector de dispositivos médicos, se consultó a las personas participantes para entender si las acciones de RSE tienen un impacto en el interés de nuevos colaboradores por formar parte de la organización, así como en el compromiso y permanencia del personal actual. Las respuestas permiten analizar el vínculo entre la cultura organizacional responsable y la gestión del talento.

“Mejora en retención de talento femenino, ya que nos enfocamos mucho en equidad de género.” (Entrevistado 1)

“Mejora en atracción de talento joven.” (Entrevistado 2)

“Justamente implementamos un sistema de inducción donde explicamos de manera más humana de cómo es el ambiente laboral, la responsabilidad ambiental, de cómo mejorar la calidad de vida de los colaboradores, se explican los planes de voluntariados, se da rendición de cuentas.” (Entrevistado 3)

“Bastante porque se les da inducción sobre la cultura empresarial que debemos cumplir.” (Entrevistado 4)

“Bastante, ya que todos somos incluidos y generamos la cultura dentro y fuera de la empresa.” (Entrevistado 5)

“Mejora mucho el compromiso del personal, ya que generalmente estas prácticas son bien recibidas por los empleados.” (Entrevistado 6)

“Compromiso y sentido de pertenencia.” (Entrevistado 7)

“Mejora en atracción de talento STEM.” (Entrevistado 8)

“Bastante bien ya que muchos empleados se involucran en los grupos que forman para las actividades se da atracción de talento con valores alineados.” (Entrevistado 9)

Análisis

Las respuestas muestran que la RSE tiene un efecto positivo en la atracción de talento, especialmente entre personas jóvenes, mujeres y profesionales del área STEM. Las empresas han desarrollado procesos de inducción que incluyen información sobre sus prácticas responsables, lo que genera mayor identificación con los valores institucionales desde el inicio.

Se promueve una cultura inclusiva y participativa, donde los colaboradores se involucran en actividades sociales y ambientales, fortaleciendo el sentido de pertenencia, lo que refleja que estas acciones no solamente mejoran la imagen interna de la empresa, sino que también aumentan el compromiso del personal y favorecen la retención de talento alineado con los principios de sostenibilidad.

Los empleados valoran cada vez más trabajar para empresas que tienen un propósito más allá de la maximización de beneficios. Una cultura corporativa arraigada en la responsabilidad social atrae a profesionales comprometidos y éticos, lo que puede resultar en equipos más motivados y productivos. Además, el sentido de pertenencia a una empresa que contribuye positivamente a la sociedad puede aumentar la satisfacción y la retención de los empleados. (Flórez, 2023, párr. 5)

Categoría 7: Programas

Descripción

Esta es la última categoría y se enfocó en conocer qué tipo de programas sociales comunitarios han desarrollado recientemente las empresas del sector de dispositivos médicos, se consultó a las personas participantes para identificar las acciones concretas que se han implementado en beneficio de comunidades cercanas, grupos en condición de vulnerabilidad o espacios públicos. Las respuestas permiten observar el nivel de compromiso social y el tipo de iniciativas que forman parte de la gestión de la RSE.

“Algunos talleres de salud y nutrición en comunidades.” (Entrevistado 1)

“Donación de equipos médicos, por ejemplo, en pandemia donamos kits de pruebas de COVID-19, y también brindamos ayudas a organizaciones que atienden población en riesgo social.” (Entrevistado 2)

“Hilos de amor, es importante mencionar que somos bandera azul, esencial Costa Rica, Carbono neutral lo que ayuda o nos obliga hacer concientización con grupos de interés.” (Entrevistado 3)

“Limpieza de playas, plantaciones de árboles y pintar parques públicos.” (Entrevistado 4)

“Pintar lugares necesitados como hospitales, limpieza de calles, plantaciones de árboles.” (Entrevistado 5)

“Programas de reciclaje en escuelas. Y el programa "Puertas al Futuro" (Doors to the Future) el cual es un proyecto en colaboración entre Microvention y el Ministerio de Trabajo a través del programa Empléate.” (Entrevistado 6)

“Empleabilidad a talentos jóvenes locales.” (Entrevistado 7)

“Programa de becas o pasantías para estudiantes de zonas vulnerables y alianzas con el Instituto Tecnológico de Costa Rica.” (Entrevistado 8)

“Algunos programas sociales comunitarios desarrollados recientemente son limpieza de zonas verdes y plantación de árboles.” (Entrevistado 9)

“Siembra de árboles, limpieza de ríos, programa de diversidad e inclusión.” (Entrevistado 10)

Análisis

Las empresas han desarrollado una variedad de programas sociales que reflejan su compromiso con el entorno, entre las acciones más mencionadas se encuentran talleres de salud y nutrición, donaciones de equipos médicos, limpiezas de playas y calles, plantación de árboles y actividades de voluntariado en espacios públicos. También se destacan iniciativas más estructuradas como programas de empleabilidad para jóvenes, becas, pasantías y alianzas con instituciones educativas, por lo que se nota que estas actividades no solamente generan un impacto positivo en las comunidades, sino que también fortalecen la relación entre la empresa y sus grupos de interés. Como señala Flórez (2023), “las empresas pueden contribuir al desarrollo de sus comunidades locales a través de inversiones estratégicas” (párr. 15), lo que demuestra que la participación del personal en estos programas refuerza la cultura organizacional y proyecta una imagen responsable ante la sociedad.

Unidad de análisis 3: Limitaciones

La tercera unidad de análisis se centrará en las restricciones que enfrentan las empresas del sector de dispositivos médicos al implementar las estrategias de RSE. Comprender estas limitantes es crucial para identificar los desafíos que surgen al integrar prácticas responsables en sus operaciones, especialmente cuando se busca cumplir con estándares sociales, ambientales y éticos dentro de un entorno competitivo y regulado como el de las zonas francas, estas restricciones pueden estar relacionadas con la falta de recursos, desconocimiento sobre la RSE, resistencia al cambio, o dificultades para adaptar las estrategias a las características propias del sector. En este enfoque se encuentran las siguientes categorías:

13. Obstáculos
14. Limitaciones
15. Restricciones
16. Retos
17. Cultura organizacional
18. Capacitación

A continuación, se presentarán las diferentes categorías de análisis, definidas a partir de las respuestas más relevantes y destacadas durante la entrevista. Cada uno de estos argumentos estará respaldado por los comentarios expresados por los entrevistados, lo que fundamentará la teoría de investigación. El estudio se llevará a cabo confrontando los argumentos con los resultados obtenidos, seguido de una comparación con la teoría planteada según las fuentes de información, y finalmente se procederá al análisis de la información recopilada.

Categoría 1: Obstáculos

Descripción

Esta categoría busca identificar los principales obstáculos que enfrentan las empresas al intentar integrar la Responsabilidad Social Empresarial en su cadena de valor, considerando aspectos como la relación con proveedores, la alineación de estrategias internas, la disponibilidad de recursos y el nivel de compromiso de los actores involucrados, con el fin de comprender qué dificulta la incorporación efectiva de prácticas responsables en los procesos operativos y comerciales. Según Conejo (2023), “detrás de la imagen idílica que proyecta el país hay una realidad no tan halagüeña” (párr. 5), lo que evidencia que aún existen barreras estructurales y culturales que limitan la adopción plena de prácticas sostenibles en el entorno empresarial costarricense.

“Falta de integración con proveedores.” (Entrevistado 1)

“Alinear estrategias con nuestras operaciones.” (Entrevistado 2)

“Pese que la mayoría de las personas está consiente, aún hay personas que consideran como un gasto o que no le ven valor agregado a la RSE.” (Entrevistado 3)

“Ninguno, siempre contamos las herramientas y la información para aplicar la RSE.” (Entrevistado 4)

“Muy pocos, quizá mismo compromiso de los proveedores.” (Entrevistado 5)

“Falta de proveedores sostenibles o con los mismos objetivos.” (Entrevistado 6)

“Resistencia al cambio, costos adicionales, falta de conocimientos.” (Entrevistado 7)

“Algunos obstáculos con proveedores ya que no cuentan con estándares en ambiental, parte social y de gobernanza.” (Entrevistado 8)

“Falta de alineación y compromiso de proveedores.” (Entrevistado 9)

Análisis

Según las personas entrevistadas, uno de los principales obstáculos es la falta de integración con los proveedores, ya que muchos no cuentan con estándares ambientales, sociales o de gobernanza, lo que dificulta alinear los objetivos de sostenibilidad, también se menciona la resistencia al cambio, los costos adicionales y la falta de conocimientos como factores que limitan la implementación y por otro lado algunas personas consideran que la RSE aún se percibe como un gasto y no como una inversión, lo que reduce el compromiso interno.

Otros señalan que, aunque existe conciencia sobre la importancia de la RSE, todavía hay dificultades para alinear las estrategias con las operaciones y en menor medida, se indica que hay empresas que ya cuentan con herramientas e información suficientes, lo que facilita la aplicación de prácticas responsables. Por lo que en general, los obstáculos se relacionan con la cultura organizacional, la relación con proveedores y la percepción del valor que aporta la RSE al negocio como tal. Como señalan Martínez-Villavicencio, Brenes-Sánchez, Araneda-Fornachiari y Jaubert-Solano (2023), “proveedores y comunidad no tienen mayor efecto como impulsores de RSE” (p. 13), lo que evidencia una brecha en la articulación de la cadena de valor con los objetivos de sostenibilidad.

Categoría 2: Limitaciones

Descripción

La segunda categoría de esta unidad se enfocó en conocer las limitaciones presupuestarias que enfrentan las empresas al desarrollar programas de Responsabilidad Social Empresarial, con el objetivo de entender cómo influyen los recursos financieros en la planificación, ejecución y sostenibilidad de las iniciativas sociales, ambientales y comunitarias que forman parte de la estrategia de RSE. Como señala Rivera (2024), “el programa de Mipymes verdes vino a dar las herramientas para diseñar un proyecto, solicitar los fondos y alianzas para implementarlo” (párr. 5), lo que evidencia que el acceso a recursos económicos es un factor determinante para que las empresas puedan ejecutar sus iniciativas de sostenibilidad.

“De momento no hay limitantes.” (Entrevistado 1)

“Recursos limitados (destinados exclusivamente a RSE) para programas comunitarios por lo que se realiza una revisión de casos y así se decide a cuál ayudar.” (Entrevistado 2)

“La verdad no tenemos ninguna ya que tenemos un plan, estrategias y hay un presupuesto para dedicar recursos a la RSE. Aunque el flujo de caja puede afectar si no es positivo hay que esperar un poco.” (Entrevistado 3)

“Ninguno, porque ya tenemos el presupuesto anual, no nos vemos afectados.” (Entrevistado 4)

“Muy pocos, ya que se destina un presupuesto para este tema.” (Entrevistado 5)

“Costos de implementación para utilizar tecnología en las prácticas, sin embargo, por lo general no es limitante.” (Entrevistado 6)

“Costos operativos, escalabilidad limitada, recursos financieros insuficientes.” (Entrevistado 7)

“Competencia con presupuesto en otras áreas. Pero por lo general no hay limitante ya que se planean los presupuestos con antelación.” (Entrevistado 8)

“Fondos limitados para iniciativas integrales.” (Entrevistado 9)

Análisis

Según las respuestas de las personas entrevistadas, las limitaciones presupuestarias no son siempre un obstáculo directo porque algunas empresas cuentan con planes, estrategias y presupuestos definidos que les permiten ejecutar sus programas sin mayores complicaciones, sin embargo, otras mencionan que los recursos destinados exclusivamente a RSE son limitados, por lo que deben priorizar iniciativas según su impacto o urgencia. También se señala que el flujo de caja puede afectar la disponibilidad de fondos, lo que obliga a posponer ciertas acciones hasta que la situación financiera lo permita.

Categoría 3: Restricciones

Descripción

Esta categoría se orientó a identificar las restricciones regulatorias o legales que pueden influir en el desarrollo de iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial dentro de las empresas, con el fin de comprender cómo las normativas vigentes, los requisitos institucionales, los procesos administrativos y las condiciones legales afectan la planificación, ejecución y sostenibilidad de los programas sociales, ambientales y comunitarios.

La pregunta permitió explorar si existen barreras jurídicas que limiten la participación del personal, la colaboración con actores externos o la implementación de acciones voluntarias, así como conocer el nivel de claridad de las leyes aplicables, el grado de flexibilidad que ofrecen las instituciones públicas y el impacto que pueden tener los marcos legales en la toma de decisiones empresariales relacionadas con la RSE.

“Falta de claridad en normativas gubernamentales.” (Entrevistado 1)

“Quizá que algunas veces pese a que son donaciones lo que realizamos hay un proceso burocrático que hay que hacer y respetar lo que se hace un poco largo el proceso.” (Entrevistado 2)

“Creo que el gobierno trabaja muy de la mano en promover estas iniciativas. Quizá desde la parte de trabajar con gestores autorizados que es regulado por el Ministerio de Salud.” (Entrevistado 3)

“Más que todo el número de personas a sacar de la empresa para la participación ya que en la parte legal es lo que nos frena ya que no se pueden sacar tantas personas.” (Entrevistado 4)

“Realmente ninguno, la empresa tiene ya muchos años con este proyecto.” (Entrevistado 5)

“No es restricción más bien se promueven. Pero sería bueno que el gobierno proporcione guías a nivel país.” (Entrevistado 6)

“Cumplimiento normativo ambiental, legislación laboral, seguridad industrial.” (Entrevistado 7)

“Aunque nosotros si pertenecemos a Zona Franca, otras empresas no cuentan con incentivos fiscales específicos.” (Entrevistado 8)

“Normativas ambientales estrictas y cambiantes, además depende del lugar puedan poner algún tipo de requisitos para hacer un voluntariado, por ejemplo.” (Entrevistado 9)

Análisis

Según lo expresado por las personas entrevistadas, algunas empresas no perciben restricciones significativas porque cuentan con experiencia y planificación que les permite operar sin mayores complicaciones.

Otras mencionan que existen normativas ambientales estrictas y cambiantes, así como requisitos específicos que pueden variar según el lugar donde se ejecuten las actividades, lo que puede dificultar la organización de acciones como el voluntariado.

También se señala que el cumplimiento de la legislación laboral, ambiental y de seguridad industrial representa una responsabilidad constante que debe ser atendida para evitar sanciones, en algunos casos, se indica que el proceso burocrático para realizar donaciones o colaboraciones con la comunidad puede ser extenso, lo que retrasa la ejecución de las iniciativas, además, se menciona que la falta de claridad en ciertas normativas gubernamentales y la ausencia de guías específicas a nivel país pueden generar incertidumbre al momento de implementar proyectos.

Se reconoce que el trabajo conjunto con instituciones como el Ministerio de Salud que facilita el cumplimiento de requisitos, especialmente en temas relacionados con la gestión de residuos es necesario. “Toda persona física o jurídica [...] que se dedique a la gestión total o parcial de residuos [...] debe registrarse ante el Ministerio de Salud y cumplir con los requisitos establecidos” (Ministerio de Salud de Costa Rica, s.f., párr. 2).

Categoría 4: Retos

Descripción

La pregunta se orientó a conocer los principales retos que enfrentan las empresas al intentar alinear las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial con sus objetivos comerciales, con el fin de entender cómo se integran las acciones sociales, ambientales y comunitarias dentro de la estrategia de negocio. Se buscó identificar si existen dificultades para vincular la RSE con metas de producción, indicadores financieros, posicionamiento en el mercado o expectativas de clientes, así como los factores internos y externos que pueden influir en esta alineación.

“Dificultad para alinear con metas de producción.” (Entrevistado 1)

“Ninguno, porque antes de ponerlos en práctica se revisan y pasa por altos mandos.” (Entrevistado 2)

“Tal vez el reto más grande es poder culturizar a los clientes que no creen en esto o no ven un valor agregado.” (Entrevistado 3)

“Todo un reto porque se implementa constantemente y los lineamientos cambias constantemente. Pero no es una complicación siempre se alinea con los objetivos de la empresa.” (Entrevistado 4)

“El comercio siempre cambia, hay que encontrar el balance sin embargo ya la empresa tiene muy marcado el cambio ambiental entonces es un poco más fácil acomodarse al mercado que es tan grande.” (Entrevistado 5)

“Dificultad para ajustar las prácticas basadas en nuestros objetivos comerciales y empresariales.” (Entrevistado 6)

“Equilibrar impacto social con rentabilidad, medición del impacto y retorno.” (Entrevistado 7)

“Esta parte nos auditan, entonces algunas veces falta de tiempo para medir retorno financiero directo y demás documentación.” (Entrevistado 8)

“Visión a corto plazo vs. impacto a largo plazo.” (Entrevistado 9)

“El reto más importante es hacer conciencia de la importancia de los programas actuales.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con las respuestas de las personas entrevistadas, entre lo más mencionado es la dificultad para alinear las prácticas de RSE con las metas de producción porque en algunos casos estas iniciativas pueden requerir tiempo, recursos o ajustes que no siempre se acomodan fácilmente a los objetivos operativos, también se señala que existe un desafío en culturizar a los clientes que no perciben valor agregado en la RSE, lo que puede limitar su impacto comercial. Algunas empresas indican que el comercio cambia constantemente, por lo que encontrar un balance entre sostenibilidad y rentabilidad requiere flexibilidad y adaptación, aunque en ciertos casos ya se cuenta con una cultura organizacional que facilita este proceso. Como señalan Barrantes Sánchez, Rodríguez Villafuerte y Valverde Orozco (2022), “es necesario implementar mecanismos que faciliten la comunicación entre las autoridades gubernamentales y el sector empresarial” (p. 37), lo que evidencia que la articulación entre actores es clave para lograr una integración efectiva de la RSE en contextos dinámicos.

Categoría 5: Cultura organizacional

Descripción

La quinta categoría de esta unidad se le preguntó sobre el papel que juega la cultura organizacional en la implementación de iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial, con el objetivo de comprender si los valores, actitudes y prácticas internas favorecen o dificultan el desarrollo de acciones sociales, ambientales y comunitarias dentro de la empresa. Se buscó conocer cómo influye el compromiso de los colaboradores, el liderazgo, la apertura al cambio y la integración transversal de la RSE en la dinámica interna de la organización, así como la forma en que se comunican y promueven estas iniciativas desde la alta dirección, para determinar si existe una cultura que facilita o limita su aplicación.

“No afecta, más bien es una cultura inclusiva. (Entrevistado 1)

“Si no se está en una misma sintonía puede generar resistencia al cambio y falta de compromiso.” (Entrevistado 2)

“Lo afecta al 100% si no se comprometen los colaboradores y alta dirección en llevar estas iniciativas a buen puerto, esto no camina.” (Entrevistado 3)

“No afecta, la cultura va de la mano para guiar a las personas y no hay obstáculos.” (Entrevistado 4)

“Ninguna, más bien es un beneficio para la organización y la cultura como tal.” (Entrevistado 5)

“No afecta, beneficia, porque es bien aceptada por los colaboradores.” (Entrevistado 6)

“Actitud y compromiso de líderes y colaboradores, integración transversal, gestionar un cambio cultural.” (Entrevistado 7)

“No afecta, más bien facilita y es bien visto por alta gerencia, colaboradores y sociedad en general.” (Entrevistado 8)

“Algunos empleados puedan tomar una actitud negativa hacia algún cambio en la empresa que involucre la RSE.” (Entrevistado 9)

“No afecta, pero si es un trabajo que se tiene que hacer día a día.” (Entrevistado 10)

Análisis

Según las respuestas de las personas entrevistadas, la cultura organizacional no representa una barrera para la implementación de la RSE, más bien se percibe como un factor que facilita y fortalece estas iniciativas, en varios casos se menciona que la cultura empresarial es inclusiva, que promueve la participación y que está alineada con los valores de sostenibilidad, lo que permite que las acciones sean bien recibidas por los colaboradores y respaldadas por la alta gerencia.

En el entorno global actual, las organizaciones buscan estrategias para sobrevivir y prosperar. En este contexto, la planeación estratégica es clave para el éxito, ya que permite a las organizaciones definir su visión a largo plazo y las estrategias para alcanzar objetivos. Sin embargo, la efectividad no solamente depende de planes bien diseñados, sino también de una implementación exitosa, donde la cultura organizacional desempeña un papel crucial en tanto que se reconoce como un recurso intangible capaz de afectar significativamente la motivación de los empleados, la toma de decisiones, la ética empresarial y el desempeño de una organización. (Becerra Castro et al., 2024, p. 6).

Se señala también que si no existe una sintonía entre las distintas áreas o si hay falta de compromiso, pueden surgir resistencias al cambio que dificultan la integración de la RSE, algunos entrevistados destacan que el éxito de estas iniciativas depende en gran medida del compromiso tanto de los líderes como del personal operativo y que gestionar un cambio cultural puede ser necesario para lograr una implementación efectiva, por lo que una cultura organizacional sólida, basada en valores compartidos y en una visión clara, es clave para que la RSE se convierta en parte integral de la estrategia empresarial.

Categoría 6: Capacitaciones

Descripción

En la última categoría de esta unidad, se buscó identificar si existen mecanismos formales de inducción, si se cuenta con apoyo institucional para desarrollar contenidos, si hay recursos disponibles para invertir en formación y si las capacitaciones se realizan de forma periódica, presencial, virtual o mediante alianzas externas, también se consideró el papel que juega el departamento de recursos humanos, la participación de la alta gerencia y el uso de herramientas internas para facilitar el aprendizaje, así como el grado de inclusión de estos procesos en la cultura organizacional.

“Alta, con apoyo de casa matriz y altos niveles gerenciales, ya que debe ser un esfuerzo de todos.” (Entrevistado 1)

“Al ser parte de nuestros objetivos como empresa, la capacitación en este tema es fundamental, siempre a todos los nuevos ingresos se les da y si se involucran por ejemplo en alguna campaña también se les brinda información y se capacita antes de realizar la actividad.” (Entrevistado 2)

“Es muy accesible ya que es anual, son refrescamientos anuales se habla sobre cambio climático, reducción del consumo de agua, consumo de energía, ayudas y voluntariados sociales.” (Entrevistado 3)

“100% accesible porque se les dan las herramientas, inducciones y proponen campañas, siempre hay acceso a la información y a la práctica.” (Entrevistado 4)

“Bastante accesible, contantemente se capacita al personal y se dan siempre inducciones.” (Entrevistado 5)

“Buena, ya que con apoyo del departamento de recursos humanos se realizan capacitaciones constantes en este y más temas.” (Entrevistado 6)

“Formatos y modalidades de capacitación, apoyo y comunicación interna, porque hay recursos y voluntad para invertir en formación.” (Entrevistado 7)

“Muy alta, ya que se realiza con módulos internos y alianzas externas, además que como mencionaba existe presupuesto para esta parte.” (Entrevistado 8)

“Buena, realizan charlas sobre algún tema ya sea presencial o virtual es decir hay diversidad de formatos de capacitación.” (Entrevistado 9)

“Muy accesible, en este momento una buena parte del personal está recibiendo un curso de LESCO.” (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con las respuestas de las personas entrevistadas, la capacitación en RSE es altamente accesible para el personal porque se cuenta con apoyo de la casa matriz, de los altos niveles gerenciales y del Departamento de Recursos Humanos, lo que permite que las actividades formativas se realicen de manera constante y estructurada. Se menciona que las capacitaciones se incluyen desde el proceso de inducción para nuevos ingresos y que se refuerzan mediante charlas, módulos internos, refrescamientos anuales y campañas específicas, lo que garantiza que los colaboradores tengan acceso a la información antes de participar en cualquier actividad relacionada con la RSE. En este sentido, se destaca que “ofrecer formación constante a los empleados en temas de sostenibilidad, ética empresarial y derechos humanos [...] fortalecerá la cultura organizacional responsable y mejorará la implementación de iniciativas” (Sánchez Rodríguez, 2025, p. 8).

Interpretación de los Datos

Los resultados obtenidos en esta investigación evidencian que la responsabilidad social empresarial ha tenido un impacto directo en la atracción de talento humano en las empresas del sector de dispositivos médicos en zona franca. Las personas entrevistadas señalaron que las políticas de inclusión, el respeto por los derechos laborales y las acciones orientadas al bienestar generan confianza y motivación en los profesionales jóvenes, mujeres y personas con formación en áreas STEM, estos grupos valoran especialmente los entornos laborales que promueven el desarrollo profesional, la equidad y el compromiso social, lo que posiciona a las empresas con prácticas responsables como empleadores atractivos.

Las empresas del sector de dispositivos médicos han integrado prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que reflejan un compromiso con la sostenibilidad, la salud ocupacional, la ética y la inclusión, estas acciones se seleccionan mediante procesos estructurados que consideran el impacto social y ambiental, los objetivos estratégicos y el contexto operativo por otro lado las áreas prioritizadas, como la comunidad, el medio ambiente y la seguridad, muestran una orientación hacia el bienestar colectivo.

Este enfoque ha generado beneficios visibles en la imagen corporativa, posicionando a las empresas como referentes éticos y responsables, la obtención de certificaciones, el reconocimiento internacional. La aceptación por parte de clientes y comunidades evidencia el impacto positivo de estas iniciativas y ha fortalecido la marca empresarial, diferenciándola frente a la competencia y facilitando relaciones comerciales más sólidas. También ha influido en la percepción de los grupos de interés, lo que se traduce en mayor confianza y fidelización, y los programas comunitarios desarrollados consolidan el vínculo entre la empresa y su entorno.

A pesar de estos avances, persisten desafíos que limitan la implementación plena de la RSE, como la falta de integración con proveedores, la resistencia al cambio y la percepción de estas prácticas como un gasto, son obstáculos recurrentes. Por otro lado, las restricciones presupuestarias y legales varían entre organizaciones, aunque algunas logran superarlas mediante planificación y colaboración institucional, y la alineación con los objetivos comerciales presenta retos relacionados con la medición del retorno financiero y la adaptación al entorno competitivo.

En general los resultados obtenidos reflejan que la RSE no solamente se ha consolidado como un componente estratégico en estas organizaciones, sino que también ha generado impactos positivos en dimensiones claves de la Responsabilidad Social Empresarial. Las percepciones recogidas a través de las entrevistas confirman que las prácticas responsables, orientadas al bienestar, la equidad y la sostenibilidad fortalecen el compromiso de los colaboradores y contribuyen a la competitividad empresarial.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En esta capítulo se desarrollarán las conclusiones y recomendaciones que surgen del análisis de las respuestas brindadas por la muestra de los entrevistados, así como de la información obtenida a partir de los documentos e instrumentos de investigación. El objetivo de este apartado es destacar los resultados más significativos y presentar recomendaciones fundamentadas en las evaluaciones llevadas a cabo durante este estudio, la meta principal es ofrecer información relevante que fue identificada a lo largo de esta investigación.

Conclusiones

Se concluye que las empresas del sector de dispositivos médicos bajo el régimen de zona franca priorizan prácticas de RSE enfocadas en sostenibilidad ambiental, salud ocupacional, ética empresarial e inclusión, reflejando un compromiso integral con el entorno.

Se determina que la selección de prácticas de RSE se realiza mediante matrices de materialidad, análisis de impacto y alineación con objetivos estratégicos, lo que garantiza una implementación coherente y efectiva.

Es importante mencionar que las áreas relevantes en la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial son la salud, el medio ambiente, la comunidad y la seguridad, evidenciando un enfoque centrado en el bienestar colectivo en general.

La investigación demuestra que la evaluación del impacto de las prácticas de RSE se realiza mediante indicadores clave, como lo son las auditorías, encuestas y reportes, lo que permite una mejora continua y transparencia en la gestión.

Se concluye que el personal operativo participa activamente en las iniciativas de RSE a través de voluntariados, campañas internas y capacitaciones, fortaleciendo así la cultura organizacional responsable.

En definitiva, la implementación de Responsabilidad Social Empresarial ha generado beneficios reputacionales como certificaciones internacionales, reconocimiento institucional y mejora en la imagen corporativa.

Se determina que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial han fortalecido la relación con clientes internacionales, lo que ha generado confianza, apertura comercial y posicionamiento en mercados exigentes.

Se concluye que la percepción de los stakeholders ha mejorado significativamente, reflejando mayor aceptación, credibilidad y fidelización hacia las empresas responsables.

Se determina que la Responsabilidad Social Empresarial ha contribuido al fortalecimiento de la marca empresarial, posicionándola como líder en sostenibilidad, innovación y compromiso social.

Se puede indicar que las estrategias de marketing y posicionamiento han integrado la Responsabilidad Social Empresarial como elemento diferenciador, generando contenido auténtico y valor agregado.

La Responsabilidad Social Empresarial ha influido positivamente en la atracción y retención de talento humano, especialmente entre jóvenes, mujeres y profesionales STEM al fomentar entornos laborales más inclusivos, éticos y comprometidos con el desarrollo sostenible.

Se concluye que las empresas han desarrollado programas sociales comunitarios como talleres de salud, limpieza de playas, reforestación y becas, consolidando su vínculo con la sociedad.

Se determina que la falta de integración con proveedores sostenibles representa un obstáculo para la implementación plena de la Responsabilidad Social Empresarial en la cadena de valor.

Se culmina que las limitaciones presupuestarias afectan la ejecución de programas de Responsabilidad Social Empresarial, aunque algunas empresas logran superarlas mediante planificación estratégica.

Las restricciones regulatorias y legales, como normativas cambiantes y procesos burocráticos, dificultan la implementación ágil de iniciativas responsables.

Es de suma importancia alinear la Responsabilidad Social Empresarial con los objetivos comerciales, lo que representa un reto, especialmente en la medición del retorno financiero y la adaptación al entorno competitivo.

Se observa que la cultura organizacional juega un papel clave en la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, más que todo cuando está alineada con los valores de sostenibilidad, ya que facilita su aplicación.

Se concluye que la capacitación constante en Responsabilidad Social Empresarial es accesible y efectiva, contribuyendo a la sensibilización del personal y al fortalecimiento de la cultura responsable.

Para responder la pregunta al planteamiento del problema se concluye que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del sector de dispositivos médicos bajo el régimen de zona franca en la Gran Área Metropolitana genera impactos positivos significativos como la mejora en la reputación empresarial ante la sociedad, clientes, proveedores o inversores, como la atracción de talento y la reducción de emisiones contaminantes. Sin embargo, también enfrentan desafíos estructurales, económicos y normativos que deben ser abordados para consolidar la RSE como un factor estratégico de competitividad para las exportaciones.

Recomendaciones

Se recomienda al Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), específicamente al Departamento de Educación Ambiental, desarrollar campañas de sensibilización dirigidas a empresas del régimen de zona franca del sector médico, mediante talleres, materiales digitales y alianzas con cámaras empresariales, con el fin de promover prácticas sostenibles y fortalecer la cultura ambiental corporativa.

A PROCOMER, a la Unidad de Encadenamientos Productivos, se recomienda crear un sello nacional de RSE similar a Esencial Costa Rica, que certifique a organizaciones responsables en zonas francas y que se otorgue a las empresas que incluyan criterios ambientales, sociales y éticos, para que así se pueda utilizar como distintivo en ferias internacionales, catálogos de exportación y plataformas de atracción de inversión.

Se plantea al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), a la Dirección de Responsabilidad Social Empresarial, elaborar una guía nacional de selección de prácticas de RSE, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o ISO26000 con el propósito de establecer criterios técnicos y contextualizados que orienten a las empresas en la adopción de prácticas responsables, fortaleciendo la coherencia y efectividad de sus estrategias de sostenibilidad.

Se recomienda al Ministerio de Salud, Dirección de Salud Ocupacional y al INS, Departamento de Prevención de Riesgos implementar un programa conjunto de salud ocupacional y seguridad industrial para empresas en zona franca, con el objetivo de mejorar las condiciones laborales, reducir los riesgos asociados al trabajo industrial y promover una cultura preventiva en el entorno empresarial.

Al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), desde la dirección Nacional de Empleo, se recomienda diseñar e implementar un programa de voluntariado corporativo vinculado a iniciativas de empleabilidad y desarrollo de competencias.

Que reconozca a las empresas que promueven la participación activa de sus colaboradores en proyectos sociales y ambientales, con el propósito de fortalecer las habilidades blandas, el liderazgo y la empleabilidad de los trabajadores, al tiempo que se fomenta la vinculación entre el sector productivo y las comunidades.

Se sugiere al Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), Dirección de Promoción Comercial, incluir la RSE como criterio de selección en misiones comerciales, programas de posicionamiento internacional, catálogos de exportación y que las empresas que demuestren prácticas responsables reciban prioridad en representación oficial del país.

Se recomienda al MEIC, Departamento de Comunicación Institucional, lanzar campañas nacionales que visibilicen el impacto positivo de la RSE en comunidades, con testimonios reales, métricas de impacto y participación de líderes empresariales. Todas estas campañas pueden difundirse en medios tradicionales y digitales, y formar parte de la estrategia de marca país.

A la Cámara de Industrias de Costa Rica y a la Cámara de Exportadores (CADEXCO), se recomienda ofrecer talleres de comunicación responsable, asesoría en branding sostenible y espacios de networking para empresas que deseen posicionarse como líderes en RSE.

Se recomienda Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD), especialmente a su Departamento de Innovación y Sostenibilidad incluir la RSE como eje transversal en los fondos de innovación empresarial, priorizando proyectos que integren impacto ambiental, social y ético para priorizar proyectos con impacto ambiental, social y ético.

Al Instituto Nacional de Aprendizaje, Departamento de Formación Profesional, se le aconseja fortalecer los programas técnicos con enfoque en sostenibilidad, incluyendo módulos sobre RSE, ética empresarial, gestión ambiental y derechos laborales, y formando alianzas con universidades para fomentar la cultura ambiental desde la formación técnica.

Al MEIC, Dirección de Encadenamientos Productivos se recomienda crear un programa de integración de proveedores sostenibles, con capacitaciones, certificaciones, acceso a mercados responsables y acompañamiento técnico, en este programa se puede facilitar la inclusión de pymes locales en cadenas de valor internacionales.

Se recomienda a las universidades públicas o privadas, establecer convenios con empresas del sector médico para ejecutar programas de trabajo comunal universitario (TCU) en zonas vulnerables para así aportar a la sociedad desde las dimensiones de RSE.

Se sugiere que AZOFRAS desde la Junta Directiva articule un programa sectorial de fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial con instituciones como PROCOMER, bancos estatales, CINDE y el MEIC, para facilitar el acceso a incentivos, certificaciones y financiamiento verde para así no solamente fortalecer la competitividad del sector, sino que también consolidaría el liderazgo de Costa Rica como referente en sostenibilidad empresarial en América Latina.

Sería beneficioso que el Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS) desde el Departamento de Gestión Social y Vinculación Comunitaria, hacer reformas para simplificar trámites para donaciones, voluntariados y alianzas comunitarias mediante ventanillas únicas, formularios digitales y protocolos claros, ya que esto permitirá que las empresas puedan ejecutar sus programas de RSE sin barreras administrativas.

Al MIDEPLAN, Dirección de Evaluación de Políticas Públicas, se recomienda incluir la RSE como indicador en los estudios de competitividad empresarial, facilitando su alineación con metas comerciales ya que esto puede permitir que las empresas responsables sean reconocidas como actores estratégicos en el desarrollo nacional.

Se recomienda a las empresas del sector médico en zona franca implementar programas internos de sensibilización sobre sostenibilidad y las dimensiones de RSE, liderados por recursos humanos, con apoyo de la alta gerencia para incentivar las prácticas de estas iniciativas.

Se sugiere al MEP, Dirección de Educación Técnica, incluir la sostenibilidad en programas educativos, para promover una cultura responsable desde la formación académica donde se pueda abordar temas como ética, derechos humanos y laborales, sostenibilidad, y gestión ambiental.

Conviene crear una plataforma web de información y autoevaluación de RSE, con indicadores homologados, retroalimentación automatizada y acceso gratuito para permitir a las empresas medir su nivel de madurez en sostenibilidad, recibir recomendaciones personalizadas y generar reportes exportables para usar como complemento en auditorias o en mejora continua a nivel empresarial.

A partir de los hallazgos obtenidos en esta investigación, se recomienda que futuras investigaciones se orienten al análisis del nivel de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre los proveedores que forman parte de la cadena de valor del sector de dispositivos médicos en zona franca. Durante el proceso de entrevistas, se evidenció que varias empresas enfrentan dificultades para encontrar proveedores que apliquen prácticas responsables, lo cual representa una limitación para consolidar modelos de exportación sostenibles y alineados con estándares internacionales.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Este capítulo presenta la propuesta de desarrollo de un modelo de autoevaluación digital basado en inteligencia artificial, orientado a las empresas del sector de dispositivos médicos, ubicadas en zonas francas de Costa Rica. Esta herramienta ha sido concebida como un mecanismo práctico y accesible para que dichas empresas puedan medir el grado de madurez de sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y acceder a información relevante que les permita fortalecer sus estrategias en esta materia.

La iniciativa surge como respuesta a la necesidad de contar con un instrumento moderno, automatizado y adaptado al contexto empresarial costarricense, que facilite la identificación de fortalezas y áreas de mejora en la gestión de la RSE porque actualmente muchas empresas enfrentan desafíos para evaluar de forma sistemática y objetiva sus prácticas responsables, lo que limita su capacidad de alinearse con estándares internacionales, generar valor social y ambiental, y comunicar sus esfuerzos de manera efectiva.

El modelo propuesto busca llenar ese vacío mediante el diseño de una herramienta digital inteligente que permita realizar una autoevaluación estructurada, basada en criterios de madurez organizacional y en normas internacionales. Además, se integrará un apartado que proporcione información relevante y personalizada sobre RSE, con el fin de tener información a mano, apoyar la toma de decisiones estratégicas y fomentar la mejora continua.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una página web informativa que, con inteligencia artificial, permita a las empresas de dispositivos médicos en zona franca una autoevaluación para la madurez de sus prácticas de RSE.

Objetivos Específicos

Desarrollar la herramienta de autoevaluación inteligente que analice el nivel de madurez de las prácticas de RSE en empresas del sector de dispositivos médicos en zona franca.

Integrar un apartado que proporcione a las empresas información relevante, personalizada y accionable sobre Responsabilidad Social Empresarial.

Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en el desarrollo de un modelo de autoevaluación digital basado en inteligencia artificial, que está orientado a las empresas del sector de dispositivos médicos ubicadas en zonas francas de Costa Rica, esta herramienta ha sido concebida como una solución integral y accesible para que las organizaciones puedan evaluar el grado de madurez de sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con el propósito fundamental de fortalecer su compromiso ético, social y ambiental, y facilitar el acceso a información relevante que impulse la mejora continua.

En esencia, esta propuesta pretende contribuir al fortalecimiento de la competitividad y sostenibilidad del sector de dispositivos médicos en zona franca, promoviendo una cultura empresarial más consciente, responsable y alineada con los desafíos globales en materia social, ambiental y ética basada en 5 dimensiones: medio ambiente, gobernanza y ética, prácticas laborales, comunidad y sociedad y cadena de suministro responsable.

Esto surge como una respuesta directa a la necesidad de contar con mecanismos modernos y automatizados que permitan a las empresas identificar con claridad el estado actual de sus prácticas responsables, la plataforma web propuesta representa una alternativa innovadora para facilitar este proceso de autoevaluación, sin embargo, no pretende sustituir el valor de las consultorías externas ni de las certificaciones internacionales, las cuales siguen siendo fundamentales para validar y fortalecer los esfuerzos en RSE.

En un entorno altamente competitivo y regulado como el del sector de dispositivos médicos, contar con una herramienta que centralice los criterios de evaluación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y ofrezca retroalimentación útil se convierte en una ventaja estratégica para avanzar hacia modelos de gestión más sostenibles. Al incorporar una plataforma digital inteligente, se busca facilitar la toma de decisiones informadas por parte de los líderes empresariales, fomentar la adopción de buenas prácticas en RSE y fortalecer el posicionamiento del sector como referente en responsabilidad corporativa, tanto a nivel nacional como internacional. En el siguiente enlace se podrá visualizar la página web: <https://rseia.netlify.app/>

A continuación, se muestra cada sección del sitio web y la información que brindará el mismo:

Ilustración 16: Diseño de sitio web



Nota. Elaboración propia (2025)

Este es el diseño de la plataforma web, que tiene un formato sencillo de navegar, con siete pestañas que son accesibles desde la página principal, de manera que las personas o empresas que visiten la página en línea puedan encontrar y acceder a la información de manera rápida. Cada sección está diseñada y organizada por temas y responde a una necesidad específica. En esta primera parte se puede visualizar una definición de Responsabilidad Social Empresarial y una infografía que describe de manera sencilla las 7 dimensiones de la RSE, adicionalmente en la esquina superior izquierda el logo de la página.

Ilustración 17: Apartado Sobre nosotros



Nota. Elaboración propia (2025)

En la segunda pestaña del sitio web, se presenta el propósito principal de esta propuesta, la cual forma parte de una iniciativa orientada a fortalecer la gestión y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector de dispositivos médicos en zona franca. Esta sección explica dos componentes fundamentales, donde se propone un modelo web de autoevaluación digital basado en inteligencia artificial, que permite a las empresas evaluar de manera autónoma, estructurada y dinámica el nivel de madurez de sus prácticas de RSE y también sobre que el sitio ofrece acceso a información relevante, incluyendo normativa aplicable, ejemplos de buenas prácticas, reglamentos y recursos educativos que apoyan el desarrollo sostenible del sector.

Ilustración 18: Apartado sobre evaluación de RSE con ayuda de IA



Inicio Nosotros **Evaluar** Normas ISO RSE Costa Rica Dispositivos médicos y Zonas Francas

Completa este formulario para evaluar el grado de madurez de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, su impacto en la competitividad exportadora y como mejorar basado en Inteligencia Artificial.

Sección 1: Información general de la empresa

Nombre de la empresa

Tamaño (número de empleados)

Años de operación

¿Exporta actualmente? (Sí / No)

¿Cuenta con certificaciones en RSE o sostenibilidad? (Sí / No / ¿Cuáles?)

Nota. Elaboración propia (2025)

Esta parte contiene el componente de autoevaluación digital, el cual utiliza inteligencia artificial para ayudar a las empresas a identificar el nivel de madurez de sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a través de un formulario con preguntas basadas en las dimensiones de la norma internacional ISO 26000, el sistema analiza las respuestas y detecta áreas de mejora, con base en los datos ingresados, la IA genera recomendaciones personalizadas. Al finalizar el proceso, el usuario puede descargar un informe en formato PDF con sugerencias concretas que pueden ser aplicadas para fortalecer la gestión de la RSE dentro de la organización.

Ilustración 19: Apartado sobre la Norma ISO 26000



Inicio Nosotros Evaluar **Normas ISO** RSE Costa Rica Dispositivos médicos y Zonas Francas

Normas ISO 26000

La Norma internacional ISO 26000, es una guía sobre responsabilidad social, ofrece armonizadamente una base global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo.

- [➤ Descubriendo ISO 26000](#)
- [➤ ISO 26000 visión general del proyecto](#)
- [➤ Certificación ISO 26000](#)

Portal Centroamericano y del Caribe de Responsabilidad Social

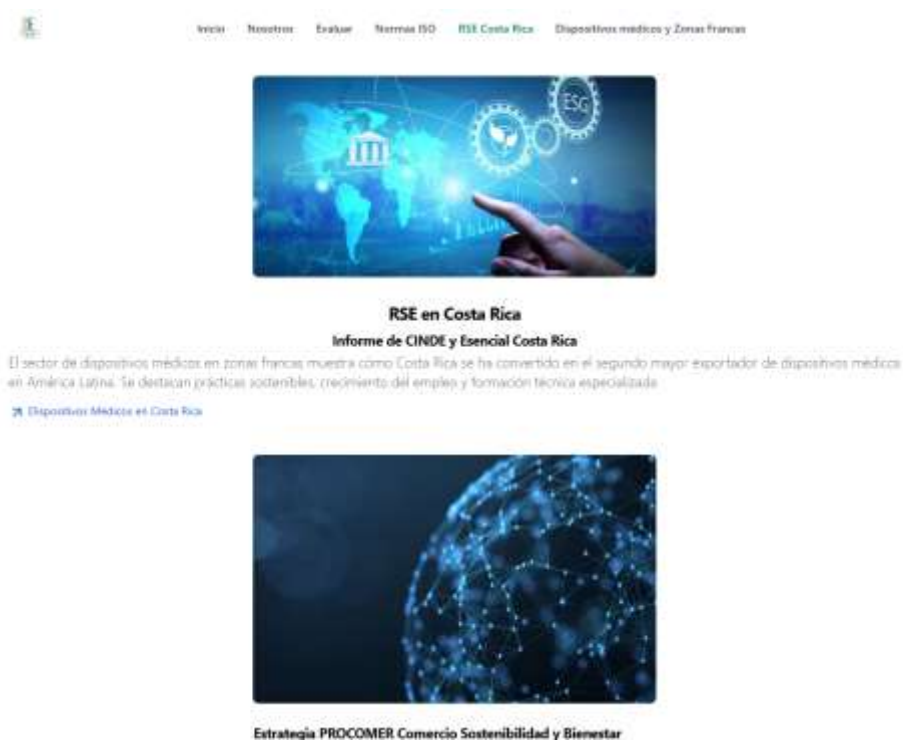
Integra-RSE, una plataforma educativa gratuita de INTEGRARSE, ofrece cursos especializados sobre RSE e ISO 26000 adaptados al contexto centroamericano; lo que se busca es acercar a las empresas, organizaciones y estudiantes a conocimientos generales sobre Responsabilidad Social contribuyendo a que, a través de su operación diaria, impacten a todos en el desarrollo sostenible de la región.

[➤ Integra-RSE](#)

Nota. Elaboración propia (2025)

A continuación, esta pestaña ofrece información esencial sobre la norma ISO 26000. Se inicia con una breve explicación sobre el enfoque y los principios que establece dicha norma en relación con la Responsabilidad Social Empresarial, además, se incluyen tres enlaces que dirigen al usuario hacia páginas oficiales y documentos especializados, donde se puede profundizar en el contenido de la norma y conocer los pasos necesarios para obtener una certificación relacionada. Adicionalmente, en la sección del portal Centroamérica y del Caribe de Responsabilidad Social hay un apartado donde se ofrecen cursos gratis especializados sobre RSE e ISO 26000 adaptados al contexto centroamericano.

Ilustración 20: Apartado sobre RSE en Costa Rica



Nota. Elaboración propia (2025)

En esta sección del sitio web se presenta información relevante sobre la situación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Costa Rica, se incluye un enlace a un informe elaborado por CINDE y Esencial Costa Rica, el cual aborda temas como prácticas sostenibles, generación de empleo y formación técnica especializada. También se destaca el enfoque de PROCOMER, que considera la sostenibilidad como un eje estratégico, explicando iniciativas como el programa “Crecimiento Verde”, la promoción de la equidad de género y los encadenamientos productivos sostenibles. Además, se adjunta un video informativo que expone los pilares fundamentales para lograr una exportación exitosa.

Ilustración 21: Apartado sector de dispositivos médicos y el régimen de zonas franca



Nota. Elaboración propia (2025)

Esta área aborda temas clave relacionados con el sector de dispositivos médicos y el régimen de zonas francas en Costa Rica. Se incluye un video explicativo sobre el funcionamiento y la relevancia de las empresas de dispositivos médicos en el país, así como otro que detalla el proceso de establecimiento de una zona franca, junto con sus requisitos y responsabilidades. Además, se proporciona acceso a un directorio que permite conocer los parques industriales del régimen, que impulsan el desarrollo empresarial y fomentan la atracción de inversión extranjera bajo un entorno competitivo.

Referencias

- Alfaro, L. (2024, abril 22). Biomedical exports and Costa Rica: The great reallocation of global supply chains. *ReVista Harvard*. <https://revista.drclas.harvard.edu/biomedical-exports-and-costa-rica-the-great-reallocation-of-global-supply-chains/>
- Amcham. (2019, 10 abril). Las 7 Materias Fundamentales de la RSE, según la ISO 26.000. AmCham. <https://www.amcham.cr/las-7-materias-fundamentales-de-la-rse-segun-la-iso-26-000/>
- Babbie, E. R. (2020). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning.
- Banco Mundial. (2022, abril). Comercio. Recuperado 3 de septiembre de 2025, de <https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview>
- Barrantes Sánchez, J., Rodríguez Villafuerte, K., & Valverde Orozco, G. (2022). *Estudio de línea base como estrategia para la construcción de un plan nacional sobre empresa y derechos humanos de conformidad con la política nacional de responsabilidad social de Costa Rica (2017–2030)*. Universidad Nacional, Costa Rica.
<https://repositorio.una.ac.cr/items/43556390-ef05-4eed-b53b-3bc2cfea638b>
- Becerra Castro, M. A., Paz Becerra, A., Condom Bosch, J. L., & Soriano Soriano, G. (2024). *Impacto de la cultura organizacional en la implementación efectiva de planes estratégicos en organizaciones: una revisión sistemática*. *Revista Internacional de Organizaciones*, (33), 1–30. https://www.revista-rio.org/index.php/revista_rio/article/download/446/431?inline=1
- Cárdenas, F. (2023). *7 tipos de empresas: cómo clasificarlas según sus sectores*. HupSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/tipos-de-empresas>

- Castillon Soria, E. R., & Mera Leon, D. A. (2020). NIVEL DE LA RSE EN EL MANEJO DE LOS STAKEHOLDERS, DESDE LA PERCEPCIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE CALZADO DC INVERSIONES y SERVICIOS SAC DE TRUJILLO, TRUJILLO 2022. Repositorio Universidad Privada Del Norte, Peru. <https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33328/Castillon%20Soria%20Elmer%20Ricardo%20-%20Mera%20Leon%20Diego%20Alonso.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Cerdas Rojas, C. R., & Marñin Serrano, M. J. (2022). Interpretación del régimen de Zona Franca Solarium con respecto a los sectores nacionales como aporte al desarrollo regional e inversión en Guanacaste para un periodo 2019–2020. <https://repositorio.una.ac.cr/items/6cb5d942-3201-43cd-8866-ea50398397pdf>
- Conejo, F. (2023). *¿Realmente tan sostenible? Explorando el interés de los costarricenses por los productos verdes*. INCAE Business School. <https://incae.edu/estudio-explora-el-interes-de-los-costarricenses-por-los-productos-verdes-aquellos-de-menor-impacto-ecologico/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>
- Curto Grau, M. (2021). La responsabilidad social interna de las empresas (Cuaderno No. 16). IESE Business School. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-318.pdf>
- Dinarte Romero, G. & Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2017). Política Nacional de Responsabilidad Social. Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). <https://repositoriosnp.mideplan.go.cr/bitstream/handle/123456789/53/PP.002.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- DLE. (s. f.). Adoptar. Real Academia Española. Recuperado 1 de julio de 2025, de <https://dle.rae.es/adoptar>

Docusign. (2025, 11 febrero). ¿Qué es RSE y cuáles son los tipos de Responsabilidad Social Empresarial? Docusing. Recuperado 26 de septiembre de 2025, de <https://www.docusign.com/es-mx/blog/responsabilidad-social-empresarial>

Editorial RSyS. (2022, January 8). Responsabilidad Social Empresarial (RSE): qué es, definición, beneficios y ejemplos. Responsabilidad Social Empresarial Y Sustentabilidad. <https://responsabilidadsocial.net/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es-definicion-beneficios-y-ejemplos/>

Enago Academy Spanish. (2022, August 12). Cómo y por qué redactar las limitaciones de mi investigación. Enago Academy Spanish. <https://www.enago.com/es/academy/limitations-of-research-study/>

Ethics Unwrapped. (2022). *Sostenibilidad y RSE*. Universidad de Texas en Austin. <https://ethicsunwrapped.utexas.edu/recursos-curados/sostenibilidad-y-rse?lang=es>

EUDE Business School. (2023, 17 enero). 4 factores para medir el impacto de las acciones de una organización. <https://www.eude.es/blog/4-factores-para-medir-el-impacto-de-las-acciones-de-una-organizacion/>

Euroinnova International Online Education. (2025, 6 mayo). que son las practicas. <https://www.euroinnova.com/blog/que-son-las-practicas>

Flores Calvo, Y. M., & Villalobos Santamaría, J. B. (2022). Análisis de la competitividad de las empresas del sector de dispositivos médicos que operan en Zona Franca El Coyol durante el periodo 2014-2019. Repositorio UTN. <https://repositorio.utn.ac.cr/server/api/core/bitstreams/16ebb975-2aaf-46a4-a9bb-59842904d771/content>

Flórez, M. (2023). *Iniciativas de responsabilidad social empresarial*. Red de Árboles. <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/729/4/iniciativas-responsabilidad-social-empresarial>

Flórez, M. (2023, noviembre 15). Beneficios de una empresa con RSE. Red de Árboles. <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/727/1/Beneficios-empresa-con-rse>

Fundación Construyendo Sonrisas. (s. f.). 5 beneficios de la RSE. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=819310246999530&id=100067616873824&set=a.510685041195387>

García, M. (2023, enero 17). Efectividad organizacional: haz una evaluación con estos 7 pasos. Crehana. <https://www.crehana.com/blog/transformacion-cultural/efectividad-organizacional/>

Gente Coyol. (2023, 1 diciembre). LAS VENTAJAS DEL RÉGIMEN DE ZONA FRANCA EN COSTA RICA – Gente Coyol. <https://www.gentecoyol.com/las-ventajas-del-regimen-de-zona-franca-en-costa-rica/>

Gizalde. (s.f.). ¿Qué es el voluntariado? <https://www.gizalde.eus/es/voluntariado/que-es-el-voluntariado/>

González Dueñas, S. J., Taborda Cancimanse, V., & Vallejo Grajales, V. (2023). IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES. Repositorio Universidad Del Área Andina Simon Bolivar Ecuador. [https://www.google.com/search?q=Universidad+Andina+Sim%C3%B3n+Bol%C3%ADvar%2C+Ecuador%3A+An%C3%A1lisis+y+propuesta+de+un+modelo+de+gesti%C3%B3n+de+responsabilidad+social+empresarial+en+pymes+del+sector+TIC+en+Quito.++\(2023\)&rlz=1C1CHBF_esCR913CR913&oq=Universidad+Andina+Sim%C3%B3n+Bol%C3%ADvar%2C+Ecuador%3A+An%C3%A1lisis+y+propuesta+de+un+modelo+d+e+gesti%C3%B3n+de+responsabilidad+social+empresarial+en+pymes+del+sector+TIC+en+Quito.++\(2023\)&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCDkxNGowajElqAIIIsAlB8QV8KdDwqfU7XvEFfCnQ8Kn1O14&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Universidad+Andina+Sim%C3%B3n+Bol%C3%ADvar%2C+Ecuador%3A+An%C3%A1lisis+y+propuesta+de+un+modelo+de+gesti%C3%B3n+de+responsabilidad+social+empresarial+en+pymes+del+sector+TIC+en+Quito.++(2023)&rlz=1C1CHBF_esCR913CR913&oq=Universidad+Andina+Sim%C3%B3n+Bol%C3%ADvar%2C+Ecuador%3A+An%C3%A1lisis+y+propuesta+de+un+modelo+d+e+gesti%C3%B3n+de+responsabilidad+social+empresarial+en+pymes+del+sector+TIC+en+Quito.++(2023)&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCDkxNGowajElqAIIIsAlB8QV8KdDwqfU7XvEFfCnQ8Kn1O14&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Green Wolf Costa Rica. (2024, 5 agosto). CAMPAÑAS DE LIMPIEZA - GreenWolfCR. GreenWolfCR. <https://greenwolfcr.org/campanas-de-limpieza/>

Hernández González, O. (2021, 1 septiembre). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. Recuperado 17 de junio de 2025, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA. Obtenido de https://e-campus.uia.ac.cr/pluginfile.php/393302/mod_resource/content/1/HERN%C3%81NDEZ%20Y%20MENDOZA.pdf

Hernández, T. (2025, 25 abril). Responsabilidad social empresarial internacional: Tendencias globales y mejores prácticas. Responsabilidad Empresarial. <https://responsabilidadempresarial.one/responsabilidad-social-empresarial-internacional/#:~:text=La%20responsabilidad%20social%20empresarial%20internacional,sus%20operaciones%20en%20diferentes%20pa%C3%ADses.>

IMMPC. (s. f.). ¿Qué son las Mejores Prácticas? Instituto Mexicano de Mejores Prácticas Corporativas IMMPC. Recuperado 4 de agosto de 2025, de <https://www.immpc.org.mx/que-son-mejores-practicas>

Jaim, N. (2023, July 7). ¿Qué es el diseño de investigación cualitativa? Definición, tipos, métodos y buenas prácticas. IdeaScale. Retrieved June 17, 2025, from <https://ideascala.com/es/blogs/disenno-de-investigacion-cualitativa/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20suele%20implicar%20la%20recopilaci%C3%B3n,an%C3%A1lisis%20de%20documentos%20o%20artefactos.>

Lipton, M., Emmerich, A. O., Schwartz, K. S., Niles, S. V., & D’Ginto, A. M. (2022, noviembre 29). *Understanding the role of ESG and stakeholder governance within the framework of*

fiduciary duties. Harvard Law School Forum on Corporate Governance. <https://corpgov.law.harvard.edu/2022/11/29/understanding-the-role-of-esg-and-stakeholder-governance-within-the-framework-of-fiduciary-duties/>

Mairene, & Rosales. (2025, 15 abril). *Ejemplos de Responsabilidad Social Corporativa según Michael Porter - Web y Empresas*. Web y Empresas. <https://www.webyempresas.com/ejemplos-de-rsc-segun-michael-porter/>

Martello. V. (2021, diciembre). ¿Qué hacemos con la información? Organización, análisis e interpretación. Recuperado 16 de junio de 2025, de <file:///C:/Users/wilne/Downloads/5617-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18459-1-10-20220209.pdf>

Martínez-Villavicencio, J., Brenes-Sánchez, R., Araneda-Fornachiari, X., & Jaubert-Solano, W. (2023). *Factores que inciden en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial: estudio realizado en el sector hotelero de San Carlos, Costa Rica*. TEC Empresarial, 9(3), 7–18. https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/2431

McGrath, A., & Jonker, A. J. (2023, December 22). ¿Qué es la responsabilidad social corporativa (RSC)? IBM. Retrieved May 27, 2025, from <https://www.ibm.com/mx-es/topics/corporate-social-responsibility>

Ministerio de Salud de Costa Rica. (s.f.). Registro de gestores de residuos. <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites/empresas?view=article&id=113&catid=28>

Monge-González, R., & Rivera, L. (2022). Importancia relativa de los beneficios intangibles de la inversión extranjera directa en zonas francas: El caso de Costa Rica (IDB-TN-02628). Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Importancia->

relativa-de-los-beneficios-intangibles-de-la-inversion-extranjera-directa-en-zonas-francas-el-caso-de-Costa-Rica.pdf

Naciones Unidas. (2019, 25 julio). El Pacto Mundial de la ONU: La Búsqueda de Soluciones para Retos Globales | Naciones Unidas. Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-lab%C3%BAbsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>

Ojeda Tacoronte, C. (2022, 8 noviembre). Desafíos y oportunidades de la Responsabilidad Social Corporativa para el futuro de las empresas. Legal Today. <https://www.legaltoday.com/opinion/articulos-de-opinion/desafios-y-oportunidades-de-la-responsabilidad-social-corporativa-para-el-futuro-de-las-empresas-2022-11-08/>

Organización Internacional de Estandarización (ISO). (2014). Descubriendo ISO 26000. https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100258_sp.pdf

Organización Panamericana de la Salud. (2025, 28 febrero). *Dispositivos médicos*. OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud. <https://www.paho.org/es/temas/dispositivos-medicos#:~:text=Los%20dispositivos%20m%C3%A9dicos%20se%20consideran,una%20manera%20segura%20y%20efectiva.>

Ortega, C. (2023, 23 febrero). 5 instrumentos para recopilar información. Recuperado el 15 de junio de 2025, de <https://www.questionpro.com/blog/es/instrumentos-para-recopilar-informacion/>

Ortega, C. (2023, 6 febrero). . ¿Qué es una entrevista estructurada, semiestructurada y no estructurada? Recuperado 17 de junio de 2025, de <https://www.questionpro.com/blog/es/entrevista-estructurada-y-no-estructurada/>

Porras Castro, M. G. (2020). Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para el Hotel Fiesta Resort Puntarenas – Costa Rica. Repositorio UNED. https://www.uned.ac.cr/ecologiaurbana/images/TFG_de_Gabriela_Porras_compressed.pdf

PROCOMER. (2025). Principales productos exportados. <https://www.facebook.com/share/p/1DXw38Jex1/?mibextid=wwXIf>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2023). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>

Quispe Garcia, G. L. (2019). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS PRIVADAS. Repositorio Universidad San Martín De Porres El Perú. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7604/QUISPE_GG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramón Palacios, A., & Rivera Garcia, F. M. (2019). Propuesta de manual sobre responsabilidad social empresarial, basado en la norma ISO 26000 en Fundenuse sucursal Ocotol para el año 2019. Repositorio UPOLI Nicaragua. <https://repositorio.unp.edu.ni/441/1/Tesis%20sobre%20responsabilidad%20social%20empresarial.pdf>

Rivera, M. F. (2024). *Empresarias centroamericanas reciben fondos para implementar proyectos con enfoque sostenible*. INCAE Business School. <https://incae.edu/empresarias-centroamericanas-reciben-fondos-para-implementar-proyectos-con-enfoque-sostenible-de/>

Rojas Zumbado, J. (2021). Las empresas de la categoría F bajo el régimen de zona franca en Costa Rica: propuesta de mejora al proceso aduanal de venta local. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/items/3b2da13b-7af5-4a84-a03e-fbfdac5b92fc>

- Rojas, M. (2024, 15 abril). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Responsabilidad Empresarial. <https://responsabilidadempresarial.one/dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Salas Ocampo, D. (2020, 24 febrero). La muestra en la investigación cualitativa. Investigalia. Recuperado 17 de junio de 2025, de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-muestra-en-la-investigacion-cualitativa/>
- Sánchez Rodríguez, E. (2025). Plan estratégico de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Cemefi. <https://www.cemefi.org/wp-content/uploads/2025/01/Planeacion-Estrategica.pdf>
- Santos, D. (2023, 22 marzo). Recolección de datos: métodos, técnicas e instrumentos. Recuperado 17 de junio de 2025, de <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>
- Social Accountability International (SAI). (s. f.). Norma SA 8000. Social Accountability International. https://sa-intl.org/wp-content/uploads/2020/02/SA8000Standard_Espanol.pdf
- Staff, C. (2023, January 20). Los 7 Principios de la Responsabilidad Social Corporativa y la ISO 26000. Conócelos aquí. CSR Consulting. <https://www.csrconsulting.com.mx/responsabilidad-social-corporativa/los-7-principios-de-la-responsabilidad-social-corporativa-y-la-iso-26000-conocelos-aqui/>
- Stewart, L. (2024, 12 febrero). ¿Qué es la teoría del interaccionismo simbólico? ATLAS.ti. <https://atlasti.com/es/research-hub/que-es-la-teoria-del-interaccionismo-simbolico#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20interaccionismo%20simb%C3%B3lico%20se,los%20objetos%20y%20las%20interacciones>
- Suárez, J. (2024, 7 agosto). Responsabilidad Social Corporativa (RSC): el desafío ético de las empresas. BDS. <https://publicaciones.bdsasesores.com/blog/rsc-desafio-etico-de-las-empresas>

Travel mania. (2021). Logistics and transportation of Container Cargo ship and Cargo plane with working crane bridge in shipyard at sunrise [Imagen]. Shutterstock. <https://www.shutterstock.com/image-photo/logistics-transportation-container-cargo-ship-260nw-1968904285.jpg>

UAX. (2025, April 4). Comercio Internacional: ¿qué es y por qué es importante? Universidad Alfonso X El Sabio. <https://www.uax.com/blog/que-es-el-comercio-internacional#:~:text=El%20comercio%20facilita%20la%20difusi%C3%B3n,Mejora%20de%20las%20relaciones%20internacionales.>

Universidad Rafael Bellosó Chacín. (2023). Conclusiones sobre la responsabilidad social empresarial en supermercados de Maracaibo [PDF]. <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0095789/conclu.pdf>

UNIR. (2022, abril 5). *¿Qué son los informes de responsabilidad social empresarial?* UNIR Revista. <https://www.unir.net/revista/ingenieria/informes-responsabilidad-social-empresarial/>

Uribe Macías, M. E. (s. f.). Responsabilidad social empresarial. <https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2020/09/Responsabilidad-Social-Emp-scaled.jpg>

Vorecol. (2024, 28 agosto). La RSC como ventaja competitiva en el mercado actual. <https://blogs-es.vorecol.com/articulo-la-rsc-como-ventaja-competitiva-en-el-mercado-actual-33768>

World Vision Costa Rica. (8 setiembre del 2022). ¿Qué es la responsabilidad social empresarial, tiene beneficios? <https://www.worldvision.cr/blog/que-es-la-responsabilidad-social-empresarial-y-cuales-son-sus-beneficios>

Apéndice

Cuestionario

El presente cuestionario tiene como propósito recopilar información clave para el desarrollo del proyecto de investigación titulado **“Análisis del impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas del sector de dispositivos médicos bajo el régimen de zona franca dentro de la Gran Área Metropolitana (GAM) como factor de competitividad para las exportaciones en el I semestre del 2025”**, elaborado como parte de los requisitos para optar por el grado de Licenciatura en Comercio Internacional en la Universidad Internacional de las Américas (UIA).

Agradecemos de antemano su valiosa colaboración al completar este cuestionario. Le aseguramos que toda la información proporcionada será tratada con estricta confidencialidad, utilizada únicamente con fines académicos y presentada de forma anónima.

1. ¿Qué prácticas de RSE considera su empresa como prioritarias en su estrategia organizacional?
2. ¿Cómo se seleccionan las iniciativas de RSE que implementa su empresa?
3. Según su experiencia y haciendo un análisis dentro de la empresa, ¿cuáles áreas cree usted que son más relevantes en su enfoque de RSE?
4. ¿Qué mecanismos utilizan para evaluar el impacto de sus prácticas de RSE?
5. ¿Cómo se involucra el personal operativo en las iniciativas de RSE?
6. ¿Qué beneficios reputacionales ha observado como resultado de sus programas de RSE?
7. ¿Qué impacto ha tenido la RSE en la relación con sus clientes internacionales?
8. ¿Qué tipos de cambios ha notado en la percepción de sus stakeholders (clientes, proveedores, comunidad) tras implementar prácticas de RSE?
9. ¿Cómo considera que la RSE ha fortalecido la marca de su empresa en los mercados?
10. ¿Qué papel juega la RSE en sus estrategias de marketing o posicionamiento?
11. ¿Cómo ha influido la RSE en la atracción y retención de talento humano?
12. ¿Qué tipo de programas sociales que sean a nivel comunitarios ha desarrollado su empresa recientemente?

13. ¿Qué obstáculos encuentran al intentar integrar la RSE en su cadena de valor?
14. ¿Qué limitaciones presupuestarias enfrentan al desarrollar programas de RSE?
15. ¿Cuáles considera que son las restricciones regulatorias o legales que puedan afectar sus iniciativas de RSE?
16. ¿Qué retos enfrentan al intentar alinear la RSE con los objetivos comerciales?
17. ¿Cómo afecta la cultura organizacional a la implementación de la RSE?
18. ¿Qué tan accesible es la capacitación en RSE para su personal?

Indíqueme, por favor, el nombre de la empresa que representa y el puesto que desempeña.

Para concluir, se agradece profundamente la participación brindada en este cuestionario. La información proporcionada representa un aporte valioso para el desarrollo de la presente investigación, orientada a comprender el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector de dispositivos médicos. Su colaboración contribuye significativamente al fortalecimiento del conocimiento académico en el ámbito del comercio internacional.

Muchas gracias por su tiempo y compromiso.