

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CON ÉNFASIS EN GERENCIA

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN
MODALIDAD: TESIS

ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN Y CONOCIMIENTO QUE
TIENEN LOS COLABORADORES DEL PROGRAMA DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVO DE LA
EMPRESA WUNDERMAN THOMPSON COSTA RICA
DURANTE EL SEGUNDO CUATRIMESTRE DEL AÑO
2023.

TUTORA
JÉSSICA MAYERS MARÍN

POSTULANTE
MARÍA JOSÉ INNEKEN PUERTAS

SEDE CENTRAL
JULIO, 2023

Tabla de Contenidos

AGRADECIMIENTOS	8
DEDICATORIA.....	9
CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	10
Planteamiento del Problema	10
Justificación.....	11
Objetivos.....	12
Objetivo General.....	12
Objetivos específicos	12
Antecedentes.....	13
Tesis Internacionales.....	13
Tesis Nacionales	20
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	28
Organización.....	28
Principios de la organización	29
Empresa.....	31
Funciones de la empresa	33
Procesos empresariales	35
Comunicación	37
Tipos de comunicación	38
La comunicación externa y sus tipos	40
La comunicación interna y sus tipos.....	42
Sensibilización.....	43
Motivación.....	44
Incentivos.....	44
Responsabilidad Social.....	45
Tipos de Responsabilidad Social.....	46
Responsabilidad social individual o personal	46
Responsabilidad social empresarial	47
Responsabilidad social pública o gubernamental.	48
Responsabilidad Social Corporativa y las normas certificables	49
Normativa básica	49
Norma ISO 26000.....	50
Norma INTE G35	52
Responsabilidad Corporativa.....	54
Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Corporativa	56
Diferencia entre la Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Corporativa. ...	56
Principios para la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa.	56
Objetivos de la Responsabilidad Social Corporativa.....	57
Beneficios de Responsabilidad Social Corporativa.	58
Ventajas de la responsabilidad social corporativa.	59

Stakeholders de la Responsabilidad Social Corporativa.....	60
Principios de la Responsabilidad Social Corporativa.	62
Prácticas de responsabilidad social corporativa.....	65
Tipos de responsabilidad social corporativa.....	65
Ética Empresarial.....	68
El impacto ambiental.....	69
Desarrollo Sostenible.....	70
Desafíos del Desarrollo Sostenible.....	71
Gestión Ambiental.....	75
Principios de la Gestión Ambiental.....	75
La Agenda 2030.....	77
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Agenda 2030.....	77
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	83
Enfoque.....	83
Enfoque (cualitativo).....	83
Diseño (Cualitativo).....	83
Población y Muestra.....	85
Población.....	85
Muestra.....	85
MUESTRA CUALITATIVA.....	85
Proceso de recolección de datos (ambos tipos de investigación).....	88
Fuentes de Información (T1) (ambos tipos de investigación).....	88
Fuente Primaria.....	88
Fuente Secundaria.....	89
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	90
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	119
Conclusiones.....	119
Recomendaciones.....	120
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	122
Introducción.....	122
Objetivo General de la Propuesta.....	122
Objetivos específicos de la Propuesta.....	122
Charlas para los colaboradores sobre concepto, tipos y beneficios de la RSE.....	123
Tema a exponer y contenido.....	126
Expositor.....	126
Duración de la charla.....	126
Charla para los colaboradores sobre Responsabilidad Social de Wunderman Thompson (programas, acciones y comités).....	126
Temas a exponer y contenido.....	129
Expositor.....	129
Duración de la charla.....	129
Calendario para agendar reuniones con las jefaturas y los miembros de los comités.....	130

Cronograma y asignación de tareas	134
Capacitaciones a los miembros de los comités.....	138
Ampliar la comunicación interna con los colaboradores sobre actividades de los comités para la empresa	142
Motivación e incentivos para los colaboradores que forman parte de los comités	146
Resultado Esperado del Proyecto	148
Presupuesto.....	148
Cronograma total de actividades	150
REFERENCIAS	154
ANEXOS.....	159
Anexo N. 1: Encuesta a los colaboradores de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica	159
Anexo N. 2: Entrevista a las jefaturas de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica	162

Índice de Figuras

Figura 1. Organigrama empresarial.....	29
Figura 2. Principios de la organización.....	31
Figura 3. Objetivos de las empresas.....	33
Figura 4. Funciones de las empresas para alcanzar objetivos.....	34
Figura 5. Procesos empresariales.....	36
Figura 6. Elementos de la comunicación.....	38
Figura 7. Tipos de comunicación.....	40
Figura 8. Comunicación externa.....	41
Figura 9. Comunicación interna.....	43
Figura 10. Responsabilidad Social.....	46
Figura 11. Tipos de Responsabilidad Social.....	49
Figura 12. Contenido de La Norma ISO 26000.....	51
Figura 13. Aspectos importantes de La Norma INTE G35.....	53
Figura 14. Responsabilidad Social Corporativa.....	55
Figura 15. Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa.....	59
Figura 16. Tipos de Stakeholders Internos y Externos.....	61
Figura 17. Principios de la Responsabilidad Social Corporativa.....	65
Figura 18. Tipos de Responsabilidad Social Corporativa.....	68
Figura 19. Ética Empresarial.....	69
Figura 20. Pilares del Desarrollo Sostenible.....	71
Figura 21. Desafíos del Desarrollo Sostenible.....	74
Figura 22. Principios de la Gestión Ambiental.....	77
Figura 12. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) La Agenda 2030.....	82
Figura 13. Banner informativo sobre Charla sobre concepto, tipos y beneficios de la RSE para los colaboradores.....	124
Figura 14. Banner informativo sobre programas, acciones y comités de Responsabilidad Social que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.....	129
Figura 15. Ejemplo de cronograma para agendar reuniones con las jefaturas y los miembros de los comités sobre futuras acciones.....	134
Figura 16. Cronograma y asignación de tareas para el año 2023.....	135
Figura 17. Comunicación de las charlas en la semana del ambiente.....	143
Figura 18. Charla sobre cómo ahorrar en el recibo de luz y agua. Semana del ambiente.....	144
Figura 19. Trivia Pride sobre el Matrimonio Igualitario.....	145
Figura 20. Comunicado de actividades realizadas durante el mes Pride 2023.....	145
Figura 21. Motivación por reconocimientos.....	147

Índice de Tablas

Tabla 1. Entrevistados, puesto y razón.....	86
Tabla 2. ¿Cuál es su edad?	91
Tabla 3. Género	92
Tabla 4. ¿Cuál es su nivel de escolaridad finalizado?.....	93
Tabla 5. Departamento para el cuál labora en la empresa.....	94
Tabla 6. ¿Con cuál o cuáles de las siguientes opciones asocia usted la Responsabilidad Social? 96	
Tabla 7. ¿Cuáles prácticas internas de Responsabilidad Social tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	98
Tabla 8. ¿Tiene conocimiento de las acciones Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	99
Tabla 9. ¿Tiene conocimiento de las acciones Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	101
Tabla 10. ¿ Cuáles prácticas externas conoce usted que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica para mejorar su relación con la comunidad?	103
Tabla 11. ¿Conoce usted los programas de Responsabilidad Social que tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?	104
Tabla 12. ¿Cuáles son los comités que participan activamente en los programas de Responsabilidad Social en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?	105
Tabla 13. ¿Considera usted que la empresa Wunderman Thompson Costa Rica debería de invertir tiempo en capacitaciones y promover en que los colaboradores para que formen activamente parte de los comités?.....	107
Tabla 14. ¿Cuál o cuáles medios de comunicación considera usted que son mejor o mejores para promocionar los programas de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	108
Tabla 15. ¿Conoce usted si existe algún incentivo o motivación para que los colaboradores se incorporen a los programas?	110
Tabla 16. ¿Cuáles considera usted que son los valores que fomenta el código de ética?	111
Tabla 17. ¿Cómo considera usted que ha sido el impacto de estos programas en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	112
Tabla 18. ¿A quiénes beneficia el programa de Responsabilidad Social?	113
Tabla 19. ¿Cuál o cuáles tipos de Responsabilidad Social conoce usted que existen?.....	114
Tabla 20. Hallazgos de la entrevista aplicada a las jefaturas	116
Tabla 21. Charla para los colaboradores sobre Responsabilidad Social (concepto, tipos y beneficios)	123
Tabla 22. Charla para los colaboradores sobre Responsabilidad Social de Wunderman Thompson (programas, acciones y comités)	126
Tabla 23. Calendario para agendar reuniones con las jefaturas y los miembros de los comités sobre futuras acciones.	131
Tabla 24. Cronograma y asignación de acciones para el año 2023.....	135
Tabla 25. Capacitaciones para los miembros de los comités.	138
Tabla 26. Presupuesto de la capacitación de los miembros de los comités.	148
Tabla 27. Presupuesto de banners para mejorar la comunicación.....	150
Tabla 28. Tabla de cronograma total de actividades.	150

Índice de Gráficos

Gráfico 1. ¿Cuál es su edad?	91
Gráfico 2. Género	92
Gráfico 3. Nivel de escolaridad finalizado	94
Gráfico 4. Departamento para el cuál labora en la empresa.....	96
Gráfico 5. ¿Con cuál o cuáles de las siguientes opciones asocia usted la Responsabilidad Social?	97
Gráfico 6. ¿Con cuál o cuáles de las siguientes opciones asocia usted la Responsabilidad Social?	99
Gráfico 7. ¿Tiene conocimiento de las acciones Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	100
Gráfico 8. ¿Cuáles las acciones responsabilidad social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	102
Gráfico 9. ¿ Cuáles prácticas externas conoce usted que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica para mejorar su relación con la comunidad?	104
Gráfico 10. ¿Conoce usted los programas de Responsabilidad Social que tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?	105
Gráfico 11. ¿Cuáles son los comités que participan activamente en los programas de Responsabilidad Social en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?	106
Gráfico 12. ¿Considera usted que la empresa Wunderman Thompson Costa Rica debería de invertir tiempo en capacitaciones y promover en que los colaboradores para que formen activamente parte de los comités?.....	108
Gráfico 13. ¿Cuál o cuáles medios de comunicación considera usted que son mejor o mejores para promocionar los programas de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	109
Gráfico 14. ¿Conoce usted si existe algún incentivo o motivación para que los colaboradores se incorporen a los programas?	110
Gráfico 15. ¿Cuáles considera usted que son los valores que fomenta el código de ética?	112
Gráfico 16. ¿Cómo considera usted que ha sido el impacto de estos programas en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?.....	113
Gráfico 17. ¿A quiénes beneficia el programa de Responsabilidad Social?	114
Gráfico 18. ¿Cuál o cuáles tipos de Responsabilidad Social conoce usted que existen?.....	115

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecerles a todas aquellas personas que me apoyaron a lo largo de mi carrera y que me han impulsado durante este trabajo de investigación. Sus palabras, motivación, consejos y apoyo fueron fundamentales.

Le agradezco a Dios por haberme guiado en este proceso de desarrollo profesional, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo, felicidad.

A mi esposa Natalia Alpizar por siempre ser mi apoyo incondicional e impulsarme a alcanzar mis metas y objetivos, el haber finalizado esta tesis con triunfo es gracias a ese apoyo que siempre me ha dado, estando muy pendiente del progreso y atenta a mis avances mis avances, no solo le agradezco por esta etapa de mi vida sino porque es pilar de nuestra familia. Su paciencia y comprensión constante han sido factores fundamentales para superar los desafíos y perseverar hasta el final.

Le agradezco a mis papás Rafael Inneken y Ana Rita Puertas porque desde pequeña me inculcaron en mí la importancia del estudio y a no rendirme. Quienes por consiguiente nunca permitieron que tanto mis hermanos como yo tomáramos la decisión de desertar los estudios por difícil que parecieran o bien lo cansados que estuviéramos en el proceso de un curso. Ellos sentaron en mí las bases de la responsabilidad y el deseo de mi superación profesional.

A mi abuelita Teresa Jinesta quien siempre ha estado pendiente del avance de mis estudios y mi desarrollo profesional.

A mi madrina Gabriela Álvarez porque siempre estuvo pendiente del progreso de mi carrera universitaria y sé que ella esperaba este logro de mi parte.

A mi tutora Jessica Mayers por su orientación, sabiduría y paciencia durante todo el proceso de investigación. Su guía y retroalimentación han sido invaluable y han contribuido en gran medida al desarrollo y finalización de este trabajo.

Agradezco a todos los profesores que me han brindado con gran ética todos sus conocimientos a lo largo de mi formación académica. Sus enseñanzas han sido fuente constante de inspiración para el éxito de este proyecto.

A la empresa Wunderman Thompson por darme la oportunidad de aplicar mi tesis.

También, le agradezco a mis compañeros de trabajo, demás familiares y amigos que, de una u otra forma, han influido en mi vida de manera positiva, su apoyo y confianza han sido un impulso para llevar a cabo este proyecto con dedicación y pasión.

DEDICATORIA

A mi esposa Natalia Alpízar quien siempre me ha apoyado e impulsado para que no desista y alcance mis logros.

A mis papás Rafael Inneken y Ana Rita Puertas por darme una buena formación en consideración de poseer con firmeza valores intachables como lo son la responsabilidad y el compromiso.

A mis sobrinas Madeline, Valentina y Sofía a quienes deseo darles un buen ejemplo de esfuerzo y dedicación, para que nunca se rindan y estudien lo que les apasione.

A mi tutora Jessica Mayers por su valioso tiempo, que con paciencia, dedicación y compromiso guió mi camino, el cual me permite ver finalizado con éxito mi trabajo de investigación.

Al señor Allan Chinchilla, director de la carrera de Administración de Empresas, por su guía y todo el apoyo brindado durante mi proceso.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La responsabilidad social es “*el compromiso, obligación y deber que poseen los individuos, miembros de una sociedad o empresa de contribuir voluntariamente para una sociedad más justa y de proteger el ambiente.*” (SIGNIFICADOS, 2023). Es decir, es un beneficio para todos, hay ventajas y ganancias desde una parte social, personal, empresarial, etc. Todas las personas son responsables de tomar acciones y ser partícipes, aclarando que es voluntario.

La responsabilidad social implica ir más allá del cumplimiento de las leyes y regulaciones, y busca que las empresas actúen de manera ética y contribuyan al desarrollo sostenible. Esto implica considerar los aspectos sociales, económicos y ambientales en la toma de decisiones y en las prácticas empresariales.

El tema de la responsabilidad social ha tomado un giro inesperado en los últimos años debido a que se ha convertido en una forma por la cual las empresas llegan a ser reconocidas de manera nacional e internacional por su participación en grupos y actividades relacionados con temas del medio ambiente, que impacten de forma directa a los ciudadanos de un país o una comunidad, indistintamente de ser una empresa pequeña, grande, nueva o que tenga muchos años en el mercado ya que esto los impulsa al desarrollo social.

A pesar de los avances en la adopción de programas de RSE, persisten dudas sobre la efectividad y la verdadera motivación detrás de estas iniciativas. Se cuestiona si las empresas realmente están comprometidas con la responsabilidad social o si se trata de una estrategia de *marketing* para mejorar su imagen corporativa. Además, existe una falta de consenso sobre los estándares y métricas que se deben utilizar para evaluar el impacto de las prácticas de RSE.

Se puede decir que las personas se crean una imagen responsable y positiva de una empresa que participa en actividades de responsabilidad social debido a que obtienen premios, certificaciones, reconocimientos y eso les ayuda a mantener un equilibrio con el bienestar social, el crecimiento económico, a ser parte de campañas y consigo darse a conocer en el mercado y poder llegar a más personas y así tener más clientes.

Por otro lado, la responsabilidad social no se limita únicamente a las grandes corporaciones, sino que también involucra a las pequeñas y medianas empresas (Pymes). Se plantea el desafío de cómo estas empresas pueden integrar la responsabilidad social en su gestión diaria, considerando sus limitaciones de recursos y capacidades.

Muchas empresas tienen diversos comités de responsabilidad social, como fundaciones, campañas de reciclaje, escolares, etc. Sin embargo, cada vez es más complejo el hecho de poder tener trabajadores participando activamente durante horas laborales o fuera de las mismas, debido a que no se obtiene el compromiso del 100% de las personas que lo conforman. Un buen programa, proyección y acciones planificadas con tiempo, hace que este tipo de campañas sean exitosas, así como brindar charlas que motiven a los colaboradores de las empresas para que conozcan qué se está haciendo y cómo pueden participar.

Algunas organizaciones han incorporado la RSE de manera voluntaria, muchas otras aún no lo hacen debido a que no encuentran un beneficio económico directo o a que no existen marcos normativos que lo exijan. Esto genera un escenario en el que la responsabilidad social queda en manos de la discreción y voluntad de las empresas, lo que limita su alcance y efectividad.

El problema para evaluar la investigación es ¿cuál es la percepción y el conocimiento que tienen los colaboradores del programa de Responsabilidad Social Corporativo de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica durante el segundo cuatrimestre del año 2023?

Justificación

Wunderman Thompson Costa Rica es una empresa que cuenta con personal que forma parte de diversos comités para los programas de responsabilidad social, sin embargo, estos requieren de un análisis para conocerlos, determinar las áreas de mejora, conocer los beneficios de las campañas de RSE y que pueda ser basado en el aporte que va a tener esta investigación en el desarrollo del trabajo, su aporte social para que las personas que requieran de este tema puedan consultarlo y utilizarlo de referencia, la ayuda académica para futuros estudiantes y profesores y su contribución profesional para que pueda ser utilizado por profesionales y diferentes empresas.

La credibilidad y su reputación se ha visto afectada de forma positiva con la responsabilidad y relación que tienen con el medio ambiente y diversos programas, así como reconocimientos, medallas, etc. La mayoría de los clientes se sienten atraídos por empresas que se adaptan fácilmente a los cambios del mercado, que aprovechen los recursos y puedan brindar confianza, ya que existe una prevención de la contaminación, se da un uso sostenible de recursos, la mitigación del cambio climático y también se protege el medio ambiente.

Como mencionó M.Sc. Tatiana Fernández Martín, Área de Gestión de la Información, OPI en el año 2022: *“Uno de los factores clave en cuanto a responsabilidad social, es la asumida por*

nuestra Institución para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde la perspectiva ambiental, económica y social, contribuyendo al bienestar de todos. En esta búsqueda ha asumido un compromiso para colaborar a preservar el medio ambiente y brindar soluciones reales a los usuarios de sus servicios y a la sociedad en general, asumiendo con ello un comportamiento ético y de calidad en su gestión”.

Como parte de la justificación del tema, es importante el desarrollo del tema de la responsabilidad social empresarial, tomando en cuenta la Norma Internacional ISO 26000 que fomenta a las empresas a tener prácticas diarias que vayan de la mano con la integridad de la empresa. También, es importante el conocimiento de la historia de la responsabilidad social empresarial y corporativa, sus elementos, características, leyes que se tienen en el país, campañas existentes y las que están en proceso, mejoras aplicadas, etc.

RSE como ética aplicada a los negocios y empresas, expone socialmente responsable a las mismas, pueden crear una estrategia empresarial que les facilite el posicionamiento en el mercado y sea la clave del éxito para futuro. Esto es lo que se espera lograr con la empresa Wunderman Thompson Costa Rica, trabajando con campañas y planes, analizando lo que actualmente hacen.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la percepción y el conocimiento que tienen los colaboradores del programa de Responsabilidad Social Corporativo de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica durante el segundo cuatrimestre del año 2023.

Objetivos específicos

Estudiar el programa actual de Responsabilidad Social que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.

Identificar el grado de conocimiento que tienen los colaboradores sobre el programa de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.

Determinar si los colaboradores conocen los aportes del programa de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.

Diseñar el plan del programa de Responsabilidad Social para la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.

Antecedentes

Tesis Internacionales

La primera tesis internacional consultada es la de Aguilar (2021) con el tema Responsabilidad Social Empresarial Para Mejorar Las Condiciones Laborales En Pymes Del Sector Muebles De Madera De La Ciudad De La Paz, la realiza para la Universidad Mayor de San Andrés y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Identificar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que pueden mejorar las condiciones laborales de las Pymes del sector muebles de madera de la ciudad de La Paz, y los siguientes Objetivos Específicos: Describir las condiciones laborales en las que se desempeñan los trabajadores de las Pymes del sector muebles de madera, identificar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, a nivel externo, que implementan las Pymes del sector muebles de madera, conocer las prácticas de Responsabilidad Social, a nivel interno, que ejecutan las Pymes del sector muebles de madera, diseñar una propuesta de prácticas de Responsabilidad Social Interna aplicable a las Pymes del sector muebles de madera.

La metodología que se emplea es la cualitativa y descriptiva, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: cuestionario y fichas bibliográficas, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que las Pymes del sector muebles de madera de la ciudad de La Paz, no han alcanzado un buen desarrollo, esto les limita a desarrollar acciones de beneficencia o de carácter social y no consideran como un aspecto importante la responsabilidad social empresarial, están muy abocados a la producción y crecimiento, descuidando aspectos importantes como su relación e imagen social, también los administradores de las Pymes coinciden que la empresa no se involucra con donaciones, campañas de beneficencia o de carácter social, aspecto que denota que no se sienten involucrados con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Los trabajadores y los administradores de las Pymes han indicado que las Pymes no se han incorporado a los aspectos referidos a responsabilidad social empresarial, y en ese marco no desarrolla, patrocina, apoya ni financia actividades educativas o culturales, como tampoco apoyan ni patrocinan ninguna campaña de salud o de la defensa del medio ambiente, esto porque tanto trabajadores como administradores de Pymes consideran que su empresa no es lo suficientemente grande para involucrarse en temas

de Responsabilidad Social Empresarial. Para lo anterior se recomienda a las Pymes del sector muebles de madera de la ciudad de La Paz, tomar en cuenta o considerar estrategias de reutilizar o reciclar sus residuos, evaluado como un factor importante para la disminución de la contaminación ambiental, en virtud además que en la actualidad, las Pymes no consideran, no reutilizan o reciclan los materiales, porque opinan que la Responsabilidad Social Empresarial es para empresas grandes y ellos no miden el grado de contaminación que producen, aspecto que debe ser analizado para generar conciencia sobre la realidad que vive el planeta al no tomar en cuenta la preservación del medio ambiente.

La segunda tesis internacional consultada es la de Vergara (2019) con el tema El impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en la Reputación Corporativa de las Organizaciones Privadas, la realiza para la Pontífica Universidad Católica del Perú y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Describir cómo las acciones de responsabilidad social empresarial constituyen un aporte significativo a la construcción de reputación corporativa positiva, y los siguientes Objetivos Específicos: Describir el concepto de RSE y su evolución histórica, identificar las acciones propias de la RSE en la empresa, identificar los factores que el público considera más relevantes para la reputación corporativa, descubrir si se construye una reputación corporativa positiva a través de la comunicación de acciones de RSE.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de la entrevista, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la comunicación que la empresa realiza sobre estas acciones no se encuentra bajo una línea programática. En este sentido, existen diversas iniciativas que son enviadas a prensa escrita y colocadas en redes sociales, pero no se ha podido encontrar una estrategia concreta de comunicación que se encuentre alineada con la ejecución de acciones de RSE. Para lo anterior se recomienda describir cómo las acciones de responsabilidad social empresarial contribuyen un aporte significativo a la construcción de reputación corporativa positiva en el caso de LATAM Airlines Perú.

La tercera tesis internacional consultada es la de Santamaría (2020) con el tema La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina, la realiza para la Universidad del Rosario y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Determinar el estado actual de la RSE en Argentina en los sectores de consumo masivo y financiero y su impacto., y los siguientes Objetivos Específicos: Analizar las campañas de responsabilidad social (RS) de las compañías visitadas en Argentina y el impacto de estas en la sociedad, identificar las ayudas o incentivos a la responsabilidad social empresarial por parte del estado argentino, describir el enfoque de la RS en los sectores de consumo masivo y financiera en Argentina.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante la entrevista, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que Argentina es un país que a pesar de sus dificultades económicas por las que está pasando, tiene en cuenta la RSE, claramente en este momento no es primordial ni está en sus objetivos a corto plazo, es entendible que tiene que salir de esta fuerte crisis para poder concentrarse en lo que respecta a la RSE. No obstante, ha venido haciendo un buen trabajo, a pesar de no dar incentivos para las compañías que apliquen la RSE tiene una ley de energía renovable, la ley 27191 Régimen de Fomento Nacional para el Uso de Fuentes Renovables de Energía Destinada a la Producción de Energía Eléctrica, la cual consta que el 8% de la energía que utilizan las compañías debe de ser renovable. Para lo anterior se recomienda, Argentina y las empresas tienen que ir de la mano en lo que respecta a la RSE, ambos han dado sus primeros pasos y deben continuar así, ya que es una práctica en la cual todos ganan, gana la comunidad, ganan los empleados, gana el país y gana la empresa, una de las pocas actividades de la cual todos se benefician. Es importante poder alinear la RSE a sus objetivos como Banco Galicia o FEMSA, que no solo es crear proyecto o planes, sino también aliarse con fundaciones u otros eventos que sean de beneficio social.

La cuarta tesis internacional consultada es la de Quiroz (2021) con el tema La Relación De La Responsabilidad Social Empresarial Con La Imagen De Marca De La Distribuidora Aladino S.R.L – Trujillo, en el año 2021, la realiza para la Universidad Privada del Norte y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Determinar la relación de la responsabilidad social empresarial con la imagen de marca de la distribuidora Aladino S.R.L., en la ciudad de Trujillo, 2021, y los siguientes Objetivos Específicos: Determinar el nivel de relación de Responsabilidad Social Empresarial de la distribuidora Aladino S.R.L en su dimensión planificación con la imagen de marca en la ciudad de Trujillo, 2021, determinar el nivel de relación

de Responsabilidad Social Empresarial de la distribuidora Aladino S.R.L en su dimensión desarrollo con la imagen de marca en la ciudad de Trujillo, 2021, determinar el nivel de relación de Responsabilidad Social Empresarial de la distribuidora Aladino S.R.L en su dimensión ejecución con la imagen de marca en la ciudad de Trujillo, 2021, determinar el nivel de relación de la Imagen de marca de la distribuidora Aladino S.R.L en su dimensión imagen simbólica con la responsabilidad social empresarial en la ciudad de Trujillo, 2021, determinar el nivel de relación de la Imagen de marca de la distribuidora Aladino S.R.L en su dimensión imagen experiencial con la responsabilidad social empresarial en la ciudad de Trujillo, 2021.

La metodología que se emplea es la (mixta) cualitativa y cuantitativa, la cual, mediante el uso de la encuesta, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se determinó que el nivel de relación de Responsabilidad Social Empresarial de la distribuidora Aladino con la imagen de marca es positiva con un coeficiente de $r = 0,122$, y con $p\text{-valor} = 0,034 < 0,05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula. Además, los resultados de la encuesta mostraron que 87 clientes declararon presentar un nivel alto de relación de responsabilidad social empresarial, y 99 clientes declararon presentar un nivel medio de relación de la imagen de marca empresarial. Para lo anterior se recomienda dar a conocer a todos los clientes los programas de RSE que lleva a cabo la empresa. Para esto, se puede hacer uso del local de la empresa colocando afiches en los módulos de atención. También, se recomienda que la empresa cuente con una *fan page* independiente de la actual, que se dedique únicamente a dar a conocer acerca de la labor que están realizando.

La quinta tesis internacional consultada es la de Vidal (2020) con el tema Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP, la realiza para la Universidad Andina Simón Bolívar opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Diseñar un plan de Responsabilidad Social Empresarial como herramienta de desarrollo sustentable para la Empresa Pública Correos del Ecuador, estableciendo una política y actividades enfocadas y aplicables a la administración pública, y los siguientes Objetivos Específicos: Efectuar un repaso teórico sobre los conceptos básicos, evolución y beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial, analizar las tendencias de RSE en empresas públicas: particularidades, enfoques, lineamientos a seguir y casos de éxito, determinar las perspectivas y tendencias de la RSE en Ecuador, diagnóstico de las políticas de RSE que se implementaron en la empresa pública Correos del Ecuador, analizando los

factores que contribuyeron al declive del plan de RSE ya implementado en 2012, definir, mediante encuestas, el nivel de conocimiento del personal de Correos del Ecuador, respecto a temas relacionados con desarrollo sustentable y buenas prácticas de RSE, establecer y aplicar una metodología, para el análisis de la información levantada, acorde a los requerimientos y giro de negocio de la empresa, documentar las estrategias y políticas desarrolladas en base a la información levantada, para la generación del plan de RSE de Correos del Ecuador.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso del cuestionario, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se logró establecer su nivel de madurez en temas de gestión responsable, y las razones por las cuales los proyectos y acciones de RSE llevadas a cabo en el pasado no fueron perdurables en el tiempo; así con base en esta información, se diseñó un Plan de RSE real y alcanzable, basado en una política con acciones aplicables dentro de la administración pública. Para lo anterior se recomienda para asegurar el éxito de la implementación de un Plan de RSE en CDE EP, es necesario que el Directorio y la Gerencia General de la empresa permitan la conformación de un Comité de RSE multidisciplinario, donde se tengan actores de todas las áreas, pero sobre todo un representante de la alta gerencia, con poder de decisión para la definición, desarrollo e implementación de proyectos de responsabilidad social dentro de la organización.

La sexta tesis internacional consultada es la de Landa (2018) con el tema Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Capital Humano de una Empresa de Autotransporte de Pasajeros en la Ciudad de Xalapa, Ver., la realiza para la Universidad Veracruzana y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: estudiar el impacto que la Responsabilidad Social Empresarial tiene en el capital humano de una empresa de Autotransporte de Pasajeros en la Ciudad de Xalapa, Ver., considerada socialmente responsable, y los siguientes Objetivos Específicos: Describir las acciones de responsabilidad social que la empresa realiza actualmente, identificar los elementos de responsabilidad social asociados al capital humano de la empresa, obtener resultados de la responsabilidad social que contribuyan en el entendimiento común de la empresa y el capital humano..

La metodología que se emplea es la cualitativa y cuantitativa, la cual, mediante el uso de un cuestionario, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que las empresas que tienen este distintivo, logran, a través de este, que sus empleados se sientan respetados y además les genera un sentido de responsabilidad y buena actitud, ya que se sienten favorecidos al reconocer sus derechos humanos, el obtener pláticas y comunicados de información, que se define y evalúe su desempeño laboral y que la empresa tenga un buen comportamiento con ellos, con los proveedores, los clientes, el gobierno y la sociedad; se le recomienda a la organización que les proporcione su información económica - financiera, no solo porque llegue a afectar a la sociedad, la economía y el medio ambiente, sino, por el contrario, demostrar con números lo mucho que favorecen estos. Para lo anterior, se recomienda que estos factores de RSE sean practicados en todas las empresas, implicando con ellos que sean transmitidos a su capital humano, ya que muchos de los encuestados no tenían conocimiento de que todo lo que respondieron se trataba de un enfoque de RSE, conociendo por primera ocasión que la empresa contaba con este distintivo de ser socialmente responsable.

La séptima tesis internacional consultada es la de Aquino (2018) con el tema Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Relaciones Públicas En Empresas Salvadoreñas: Caso Específico FUNDEMAS, la realiza para la Universidad Tecnológica de El Salvador y opta por el grado académico de Técnico.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar el uso de la RSE como estrategia de relaciones públicas para el caso específico de FUNDEMAS y su impacto en las prácticas con sus públicos, y los siguientes Objetivos Específicos: Identificar la RSE como estrategia de relaciones públicas por parte de FUNDEMAS hacía públicos internos y externos, verificar si FUNDEMAS desarrolla RSE al interior de su estructura organizativa, establecer como la fundación obtiene beneficios en su aplicación en proyectos de RSE hacía la comunidad.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de la encuesta, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que el impacto que una empresa u organización tiene al implementar prácticas de RSE es proyección social, mejoramiento de la empresa, medioambiente, comunidad y públicos internos y externos. La RSE ayuda a que la organización o la empresa tenga una mejor imagen ante sus públicos internos y externos ya que está siendo reconocida e impactando de manera positiva ante los diferentes públicos y sus *stakeholders*. Para lo anterior se recomienda que la empresa estructure un plan comunicacional que contenga alcances, objetivos, públicos y canales

de forma deliberada y bidireccional desde la gerencia hasta los puestos operativos en la ejecución de los usos de la RSE como estrategia de relaciones públicas.

La octava tesis internacional consultada es la de González (2018) con el tema Efectos de las prácticas de responsabilidad social y medioambiental corporativas en la atracción y retención de talento, la realiza para la Universidad Complutense de Madrid y opta por el grado académico de Doctorado.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Identificar los mecanismos según los cuales ciertos tipos de actuación empresarial respetuosa o ciertos grupos sociales afectan en mayor o menor medida al rendimiento y supervivencia de las empresas es un objetivo prioritario para el entendimiento del impacto de las prácticas de responsabilidad social y medioambiental en el éxito de las empresas, y los siguientes Objetivos Específicos: Realizar una revisión teórica amplia del concepto de responsabilidad social corporativa y otros conceptos relacionados con éste (incluido el de grupos de interés) para comprender sus fundamentos, componentes, relaciones y evolución temporal, y poder, ahora y en el futuro, realizar planteamientos teóricos sólidos sobre los que diseñar nuevas propuestas de investigación, aportar conocimiento científico para contribuir al entendimiento de la relación existente entre la realización de prácticas de responsabilidad social y medioambiental corporativa y el rendimiento empresarial, y más concretamente, sus efectos en la atracción y retención de talento a las empresas, considerado éste último fuente de capital y origen de ventajas competitivas, innovar en las vías de estudio en la materia, explorando el uso de nuevas fuentes de información y métodos de análisis de los datos para potenciar la evolución de futuras líneas de investigación, contribuir al fomento en las organizaciones de prácticas de responsabilidad en el horizonte inmediato, y a la evolución de los valores corporativos hacia otros que consideren la generación de valor a todos los niveles, más allá de la creación de riqueza económica, del que se beneficie de manera equitativa la sociedad, con prioridad hacia la conservación y protección de la naturaleza como medida de sostenibilidad en el largo plazo.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso del cuestionario, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: La identificación de una interacción de tipo sustitutivo entre iniciativas de responsabilidad social y medioambiental cuando ambas adoptan valores altos de intensidad en la empresa, tal y como se ha descubierto, resulta a priori no previsible. Una posible explicación

podría ser el necesario consumo de recursos que para una empresa, la adopción de ambas iniciativas supone, y que podría actuar en detrimento de la capacidad de la empresa para, entre otras partidas, mantener los salarios (que se presuponen altos) de los perfiles con talento en la compañía. Una segunda explicación proviene de una posible especialización de las empresas, en una u otra dimensión medioambiental o social, pero no en las dos a la vez. Así, aquellas empresas con enfoque medioambiental podrían disponer de una configuración organizativa y cultura específica, de manera que para el caso del enfoque social estas características podrían ser diferentes e incluso poco compatibles. Para lo anterior se recomienda implementación de prácticas y estrategias de responsabilidad corporativa en las empresas. Estas necesitan diseñar una propuesta de responsabilidad social a favor de la sociedad y el interés común, y no únicamente de acuerdo con sus propios intereses. Esta propuesta, además, debe diseñarse como propia y adaptada a sus circunstancias, en lugar de considerar la RSC como algo genérico y universal. Si las empresas analizan sus perspectivas de RSC en la línea en que analizan y diseñan su estrategia, esta se convierte en fuente de ventaja competitiva, innovación y oportunidades.

Tesis Nacionales

La primera tesis nacional consultada es la de Gamboa (2019) con el tema Propuesta de estrategia de responsabilidad social para la empresa Assukkar S.A., la realiza para el Centro Agronómico Tropical De Investigación Y Enseñanza y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Diseñar una propuesta de estrategia de Responsabilidad Social para la empresa Assukkar S.A, y los siguientes Objetivos Específicos: Diagnosticar la situación actual de la Empresa Assukkar S.A. con respecto al tema de Responsabilidad Social, identificar los vacíos de la empresa con respecto a lo establecido en la norma INTEG35, elaborar de forma participativa la propuesta de estrategia de Responsabilidad Social que será utilizada para desarrollar las áreas necesarias para optar por la certificación INTEG35.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso del cuestionario, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la empresa actualmente no trabaja el tema de RSE en sí, cuenta ya con una base importante de acciones que ha desarrollado y el diagnóstico permite corroborarlo, sin embargo, es importante que la empresa pueda seguir trabajando y desarrollando acciones más

encaminadas a la RS, una opción para Assukkar es implementar la propuesta elaborada en el presente documento. Para lo anterior se recomienda que la empresa implemente la propuesta de estrategia de RS para poder fortalecer sus acciones en el tema y poder crear vínculos de confianza con la comunidad y con los grupos de interés.

La segunda tesis nacional consultada es la de Fernández (2020) con el tema Análisis de la relación de la Política Nacional del Ministerio de Economía, Industria y Comercio sobre la Responsabilidad Social Empresarial con los Derechos Humanos (específicamente en el ámbito laboral) contenidos en el Objetivo Octavo de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030, la realiza para la Universidad Estatal a Distancia y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Estudiar la actuación del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, durante la Administración Solís Rivera, en cuanto a las políticas de derechos humanos en el ámbito laboral, a partir de la identificación de acciones de responsabilidad social empresarial, en cumplimiento del octavo acuerdo de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 de Naciones Unidas, y los siguientes Objetivos Específicos: Identificar el marco normativo internacional, que resguarda el tema de la responsabilidad social empresarial y su vinculación con los derechos laborales, como parte de los Derechos Humanos, estudiar la Política Nacional de Responsabilidad Social, a la luz del objetivo octavo de la Agenda 2030 de Naciones Unidas y su impacto en la responsabilidad social de las empresas, realizar recomendaciones de mejora con respecto a la ejecución de las políticas del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, en cuanto a la implementación con del objetivo octavo de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030, en el tema de la responsabilidad social empresarial enfocada en los derechos laborales.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la que, mediante el uso del instrumentos: entrevistas se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que queda evidenciada la obligación en transversalizar la gestión de la responsabilidad social, debido a la diversidad de temas que abarca, todo lo cual requiere de una reflexión periódica en este sentido por parte de las autoridades competentes, para evaluar la gestión y avances en materia de sostenibilidad, de acuerdo con los compromisos internacionales adquiridos por el Costa Rica, promoviendo una mejor difusión y sensibilización hacia el sector privado de las implicaciones de los compromisos internacionales suscritos a nivel país, ya que esto puede contribuir en la definición de un marco común de actuación para aquellas empresas menos

iniciadas en temas de responsabilidad social y, así, lograr un instrumento efectivo en la promoción, prevención y protección de los derechos humanos laborales.. Para lo anterior se recomienda el Estado debe apoyar, ya sea buscando fondos de cooperación para el desarrollo, entre otros, incentivar a organizaciones y empresas cuyos proyectos tengan un impacto en los derechos humanos laborales, pues esto trae aparejado el progreso de las personas en general, de manera que se construya un marco de igualdad como referente normativo para orientar la acción pública, en aras de reducir la vulnerabilidad y traducir el crecimiento económico en un acceso más difundido al bienestar de todos y no de unos cuantos; también, que se permita la participación en la toma de decisiones no solo de personeros del Gobierno, sino además de diversas organizaciones de la sociedad civil, sindicatos y las propias empresas, y esto solo será posible si se demarcan claras responsabilidades que posibiliten la rendición de cuentas y el seguimiento puntual de las acciones.

La tercera tesis nacional consultada es la de Sandoval (2019) con el tema La Alineación a los objetivos de Desarrollo Sostenible como modelo de gestión para las organizaciones sin fines de lucro: Caso Asobitico, 2018, la realiza para la Universidad Nacional y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Establecer un modelo de Sistema de Gestión Integrado basado en la alineación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible junto con el análisis de Materialidad, mediante la implementación de la INTE 35 y la Brújula de los ODS, para proponer un sistema eficiente que le permita a la organización aprovechar y desarrollar el potencial existente dentro de la misma, y los siguientes Objetivos Específicos: Realizar el análisis de materialidad mediante la validación de las partes interesadas para definir los temas materiales de ASOBITICO, priorizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible por medio del análisis de la Brújula de los ODS y la validación con partes interesadas para definir los indicadores prioritarios impactados por las acciones de ASOBITICO, proponer un modelo de gestión integrado, utilizando los indicadores de la INTE 35, junto con la materialidad y la priorización de los ODS para el desarrollo de la estrategia de ASOBITICO, proponer una estrategia a seguir por la organización recopilando la información obtenida en los objetivos anteriores con el objetivo de que la organización pueda ser más resiliente a los cambios mundiales.

La metodología que se emplea es la cualitativa, mediante el uso de cuestionarios, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que tener claridad en las opiniones y expectativas de las partes interesadas

prioritarias, esto se debe a que estas últimas son la razón de ser de la organización y si la organización no tiene claro que se espera de ella, no podrá gestionar correctamente sus recursos. Para lo anterior se recomienda la identificación de procesos se debe revisar cada dos años, así como asegurarse de que para la implementación de un nuevo proceso en la organización se detalle los pasos y acciones de este.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Saldívar (2021) con el tema Guía de criterios de sostenibilidad para proyectos de inversión en los sectores forestal y agroforestal de América Latina., la realiza para la Universidad de Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Elaborar una guía de criterios de sostenibilidad para inversionistas privados con proyectos de inversión en los sectores forestal y agroforestal de América Latina, a partir de la definición de criterios e indicadores que reflejen su impacto tanto en las tres dimensiones de la sostenibilidad como en los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas vinculadas a estos sectores, y los siguientes Objetivos Específicos: Analizar las principales metodologías existentes para evaluar la sostenibilidad de proyectos e inversiones en los sectores forestales y agroforestales, a partir de los principales indicadores propuestos para determinar su viabilidad. y determinar el impacto, identificar las principales limitantes o cuellos de botella en la aplicación de metodologías existentes por parte de los inversionistas a partir de los siguientes criterios: sostenibilidad, acceso e impacto sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas vinculadas a los sectores forestales y agroforestales, proponer un conjunto de criterios orientados a maximizar el impacto social y ambiental de los mecanismos de financiamiento existentes para estos sectores, que pueden ser incorporados a los procesos de evaluación de proyectos de inversión por parte de inversionistas privados, desarrollar una Guía de criterios de sostenibilidad para proyectos de inversión en los sectores forestal y agroforestal de América Latina.

La metodología que se emplea es la cualitativa, con la que, mediante el uso de entrevistas, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que los criterios de sostenibilidad pueden ir en contra de la legislación nacional del país en el cual se pretende desarrollar el proyecto de inversión, esto se considera como un requisito necesario en el análisis de viabilidad de un proyecto de inversión. Para lo anterior se recomienda realizar la comparación de los resultados de evaluación de esta herramienta guía de

sostenibilidad de proyectos con otras metodologías ya aplicadas en la actualidad por inversionistas, para poder definir el impacto de la misma en la sostenibilidad de los proyectos enfocados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La quinta tesis nacional consultada es la de Anchía (2021) con el tema Caracterización y diagnóstico de la calidad de agua en la cuenca alta del río Bermúdez, Heredia, Costa Rica., la realiza para la Universidad de Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Formulación de acciones para la gestión integrada del recurso hídrico en la cuenca alta del río Bermúdez, mediante el análisis de la calidad del agua y los índices asociados, y los siguientes Objetivos Específicos: Caracterizar los principales usuarios del agua, mediante el levantamiento del uso de la tierra, con el fin de analizar la relación entre la calidad del agua y fuentes de contaminación, clasificar la microcuenca según el índice holandés mediante el muestreo de parámetros fisicoquímicos de agua superficial en diferentes puntos de monitoreo, implementar el índice BMWP-CR mediante la colecta de macroinvertebrados en diferentes puntos de muestreo en la microcuenca, formular acciones para la gestión integrada del recurso hídrico con base a los resultados obtenidos del monitoreo fisicoquímico y biológico de la calidad del agua..

La metodología que se emplea es la cualitativa, que, mediante el uso de entrevistas, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la calidad del agua en la microcuenca alta del río Bermúdez no presenta un impacto negativo preponderante. Los resultados de los índices están siendo principalmente influenciados por una disminución de caudal en el cauce que ocasiona poca variabilidad de ecosistemas y dilución de concentraciones, razón por la cual, entre las principales acciones propuestas, se establece el monitoreo anual de la calidad del agua. Para lo anterior se recomienda La comunidad de Los Ángeles de San Rafael de Heredia ya cuenta con un grupo organizado de personas con un alto nivel de compromiso y protección de los recursos naturales de la zona llamado COVIRENA, por lo que se recomienda analizar la posibilidad de inscribirse en el Programa Bandera Azul Ecológica específicamente 36 en la categoría de cuencas hidrográficas. Lo que les permitirá un mayor rango de aplicación y la posibilidad de participar por presupuestos a nivel nacional los cuales le permitan financiar nuevas acciones de protección del recurso hídrico.

La sexta tesis nacional consultada es la de Martínez (2020) con el tema Análisis de la gestión de residuos plásticos en la actividad lechera caso Santa Cruz, Turrialba, Costa Rica, la realiza para la Universidad de Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar la gestión de los residuos plásticos en la cadena de valor de la leche en el distrito de Santa Cruz, Turrialba, Costa Rica, y los siguientes Objetivos Específicos: Identificar las fuentes generadoras de plásticos en cada eslabón de la cadena de valor, cuantificar el plástico generado en cada eslabón de la cadena de valor.

La metodología que se emplea es la cualitativa, con la que, mediante el uso de cuestionarios, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que las principales fuentes generadoras de plástico en las fincas ganaderas la proporcionaban las bolsas plásticas que sirven de empaque de los productos lácteos, los sacos vacíos del concentrado, fertilizantes y sal, envases de los herbicidas, productos de limpieza, medicinas, aceites y todos aquellos artículos plásticos que son usados en las actividades diarias que se realizan en las fincas ganaderas. Para lo anterior se recomienda impulsar la realización de talleres y seminarios de capacitación en el manejo de los residuos sólidos, haciendo especial énfasis en los plásticos, no solo para los propietarios de fincas ganaderas, sino también tomar en cuenta a las autoridades correspondientes en Santa Cruz y Turrialba, para que apoyen las acciones por emprender en el manejo de los residuos sólidos.

La séptima tesis nacional consultada es la de González (2019) con el tema Impacto de la implementación de la Política Forestal de la República de Panamá sobre la gobernanza forestal y la gestión actual de los bosques de producción: Región Darién, periodo 2009-2018, la realiza para la Universidad de Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Evaluar el impacto de la implementación de la Política Forestal de la República de Panamá sobre la gestión actual de los bosques de producción en la región Darién durante el periodo 2009-2018, y los siguientes Objetivos Específicos: A partir del análisis de la Política Forestal (PF) de la República de Panamá, identificar indicadores de desempeño para evaluar la gestión de los bosques de producción, establecer el avance de la gestión de los bosques de producción en la región Darién, luego de la

promulgación de la PF, hasta el año 2018, tomando como partida los indicadores de desempeño identificados en el objetivo anterior, identificar las barreras que limitan la gestión de los bosques de producción en la región Darién, proponer estrategias para mejorar la eficiencia de la gestión de los bosques de producción en la región Darién.

La metodología que se emplea es la cualitativa, que, mediante el uso de evaluaciones, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que las comunidades indígenas y rurales se les ha dejado la responsabilidad de manejar de manera sostenible el bosque sin un acompañamiento adecuado para garantizar el éxito de la gestión. Esta situación las ha hecho vulnerables frente a inversionistas y a compradores de madera ilegal, los cuales negocian a su favor precios, especies y condiciones de aprovechamiento que solucionan a corto plazo sus necesidades básicas. Poco a poco un pequeño grupo ha logrado monopolizar el comercio de la madera, dejando de un lado la sostenibilidad del bosque y el desarrollo de las 59 comunidades que se quedan sin recursos. La presencia de MIAMBIENTE se debe intensificar y promover alianzas con entes públicos y privados que apoyen el desarrollo social, cultural y educativo de las comunidades indígenas y rurales para que su dependencia del bosque disminuya y sus medios de subsistencia sean sostenibles. Para lo anterior se recomienda unir esfuerzos con organizaciones externas para la identificación y delimitación de los bosques de producción, para así poder gestionar medidas de control, protección y conservación con base en su situación actual.

La octava tesis nacional consultada es la de Rodríguez (2018) con el tema Análisis de la Gestión de los Eventos de Sequía ante el Cambio Climático en los Sectores Agropecuario e Hídrico del Cantón de Hojancha, Guanacaste, Costa Rica, la realiza para la Universidad de Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar la situación actual de la gestión integral de la sequía en los sectores agropecuario e hídrico en el Cantón de Hojancha, Guanacaste, Costa Rica, y los siguientes Objetivos Específicos: Identificar la efectividad de las estrategias de adaptación a la sequía en los sectores Agropecuario e Hídrico en el Cantón de Hojancha, Guanacaste, Costa Rica, elaborar plan de gestión para la adaptación a la sequía de los sectores Agropecuario e Hídrico en el Cantón de Hojancha, Guanacaste, Costa Rica..

La metodología que se emplea es la cualitativa, que, mediante el uso de encuestas, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que Con la identificación de actores del cantón de Hojancha y la elaboración del plan de gestión o trabajo durante el taller participativo con representantes de diferentes sectores, se puede afirmar que Hojancha cuenta con una estructura institucional y organizativa fuerte y consolidada. Para lo anterior se recomienda ejecutar el plan de gestión para enfrentar sequía. La sequía es un evento al que normalmente solo se le identifican los efectos negativos, sin embargo, también genera oportunidades que pueden generar condiciones de crecimiento y desarrollo para el cantón como, por ejemplo, las zonas turísticas poco desarrolladas.

Proyecciones

- Se llevará a cabo un estudio del programa de Responsabilidad Social que actualmente tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica con el fin de conocer el impacto que tiene dicho plan con la sociedad y la interacción con sus colaboradores, así como determinar si es productivo para la empresa, ya que debe estar alineado con eficiencia, sostenibilidad, oportunidades, respecto, tolerancia y otros criterios más.
- Se procederá a identificar el grado de conocimiento que tienen los colaboradores del programa de Responsabilidad Social que posee la empresa Wunderman Thompson Costa Rica en función de conocer la cantidad de personas conocen del programa y el medio por el cual se informan para determinar el grupo de interés en los que se debe enfocar, de la mano con los planes de responsabilidad social que actualmente existen y su importancia. Así mismo, este debe favorecer el desarrollo personal y profesional de los colaboradores de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.
- Se trabajará en un diseño de un plan del programa de Responsabilidad Social para la empresa Wunderman Thompson Costa Rica para establecer una guía estratégica para que una organización pueda llevar a cabo acciones y proyectos con impacto social y ambiental positivo, con el fin de integrar la responsabilidad social en la cultura empresarial y en las operaciones diarias de la organización.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Organización

Para Equipo Editorial *et.al* (2020), una organización puede ser definida como:

(...) un grupo social estructurado, permanente y con una finalidad... (p. 8)

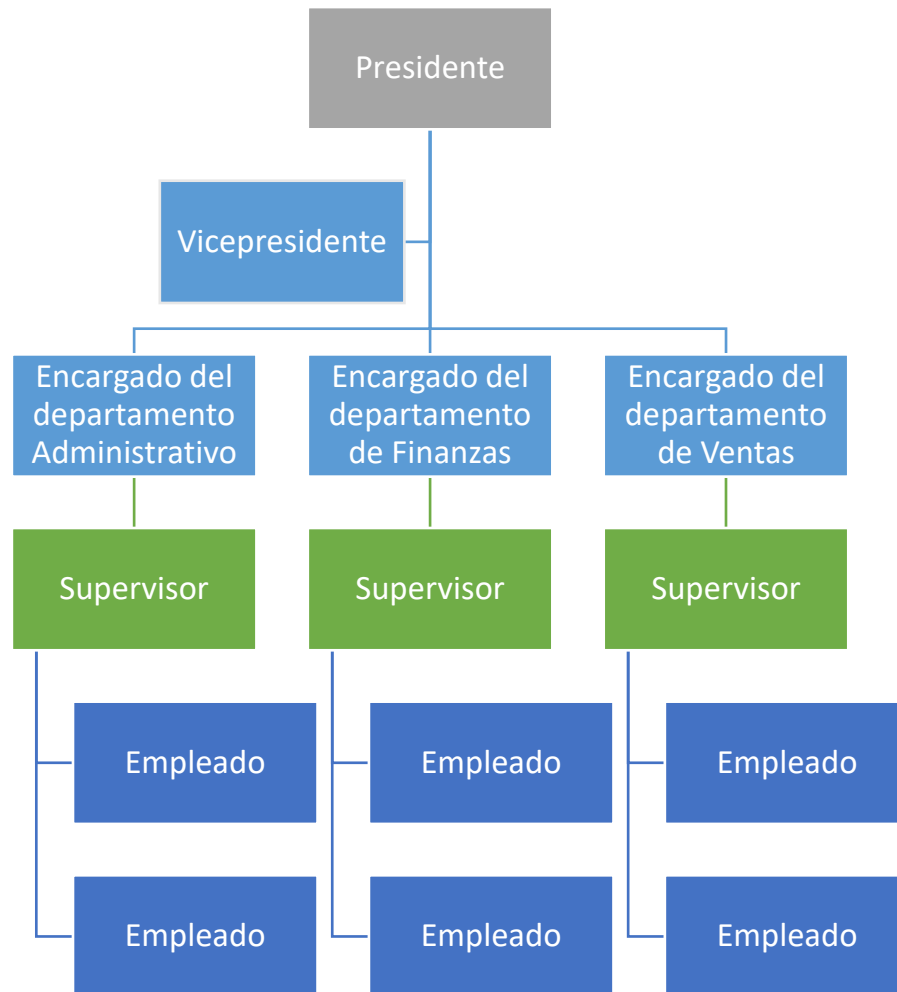
Una organización es una estructura formalizada y planificada compuesta por personas, recursos y actividades interrelacionadas, con el objetivo de alcanzar metas específicas. Las organizaciones pueden ser de carácter comercial, una institución gubernamental, una organización sin fines de lucro o cualquier otra entidad que tenga una estructura y una forma de operar ya definida. Además, una organización puede tener diferentes características en común con el fin de distinguirse, establecer objetivos afines a sus metas y funciones, es por eso que para Equipo Editorial *et.al* (2020), las características de una organización pueden ser:

- (...) Estar dotada a una jerarquía de autoridad y responsabilidad.
- Sus miembros desarrollan tareas diferenciadas.
- Requiere de una coordinación racional e intencionada.
- Interactúa con el entorno... (p. 8)

Las organizaciones tienen una estructura jerárquica y una división del trabajo, en la que las responsabilidades y las tareas se distribuyen entre los miembros de la organización y por departamentos. Cada colaborador y departamento tiene procesos de toma de decisiones, tareas asignadas para lograr objetivos establecidos y así cumplir con una misión o propósito determinado. Estos objetivos pueden ser variados, como ofrecer productos o servicios, promover una actividad social, administrar recursos, generar beneficios económicos, brindar servicios, etc.

También, las organizaciones pueden ser pequeñas empresas familiares y grandes corporaciones nacionales y multinacionales, que operan en diferentes sectores, como el comercio, la educación, la salud, el gobierno, etc.

Figura 1. Organigrama empresarial



Fuente: Elaboración propia.

Principios de la organización

Para Machado y Rodríguez *et.al* (2020), la estructura de una organización se diseñará con base en unos principios que servirán de guía:

(...) **Principio de autoridad y jerarquía:** existen distintos niveles de autoridad ordenados de forma jerárquica. Esta jerarquía está formada por escalones según el grado o nivel de control o responsabilidad dentro de la organización.

Principio de unidad de dirección: este principio indica que debe haber una misma dirección encargada de definir los objetivos generales y las estrategias que se deben seguir para conseguirlos.

Principio de unidad de mando: según este principio cada trabajador debe tener un solo superior directo.

Principio de delegación: persona con autoridad que delega sobre otro individuo determinadas funciones, pero sin estar exento de la responsabilidad de esas funciones.

Principio de descentralización: delegar la autoridad a otra persona para que tome decisiones.

Principio de división del trabajo y especialización: persigue convertir a las personas que lo desempeñan en expertos en la realización de una tarea. Es decir, que una actividad se divide en distintas tareas que se asignan a diferentes personas para que se desarrollen más correctamente.

Principio de departamentalización o divisionalización: agrupar diferentes áreas de trabajo o departamentos para organizar las relaciones que existen en cada uno de ellos, tanto en línea como *en staff*, relacionadas con una misma actividad.

Principio de coordinación: crear un nivel de coordinación entre las áreas funcionales de un mismo nivel jerárquico o entre personas que pertenecen a distinto nivel pero que están relacionadas.

Principio de motivación y participación: hay que motivar a las personas que trabajan en la organización y fomentar la participación aumentando la contribución y el compromiso de los trabajadores a la empresa.

Principio de comunicación: los distintos grados de comunicación de la empresa son:

Descendente: del superior al subordinado.

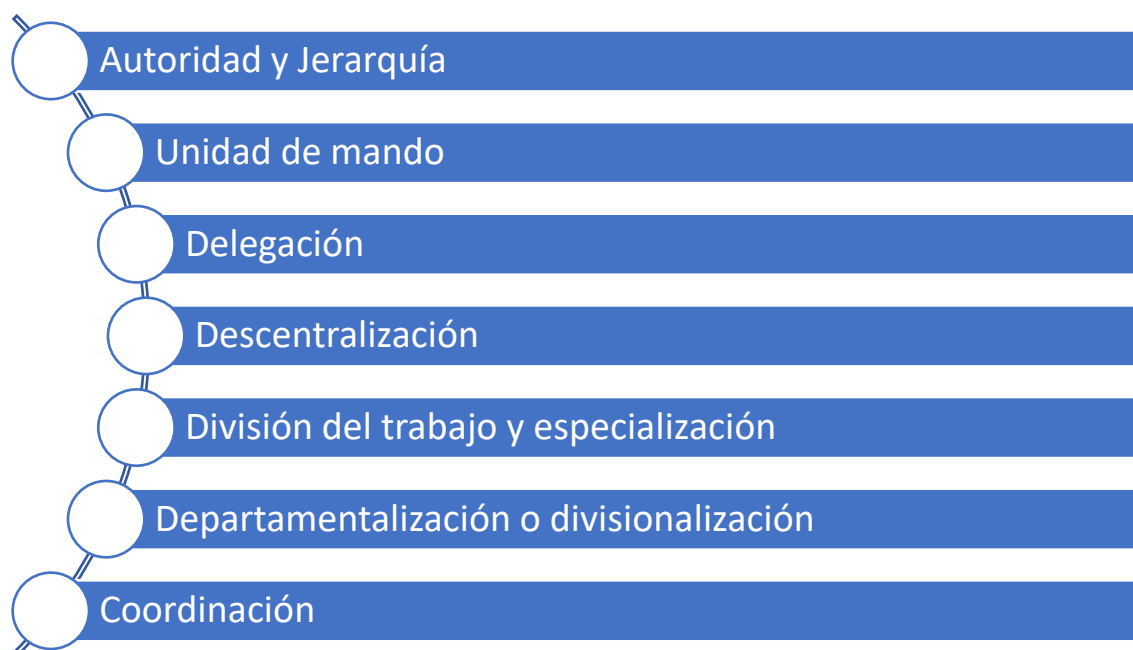
Horizontal: de superior a superior o de subordinado a subordinado.

Ascendente: de subordinado a superior, un grupo social estructurado, permanente y con una finalidad... (p. 12)

Las organizaciones deben tener definidos sus principios, ya que son la base para que la empresa pueda operar de una forma adecuada para alcanzar sus objetivos establecidos de una forma rápida y eficaz. Cuando se establecen principios claros y fundamentales, se puede evitar la ambigüedad y puede promover la uniformidad en las prácticas internas y externas, brindando una base sólida para la toma de decisiones éticas y estratégicas, para así evaluar y priorizar las opciones y acciones disponibles para la toma de decisiones alineadas con los valores y objetivos de la organización.

Además, los principios contribuyen a la formación de una cultura organizacional sólida y cohesiva, donde se establecen las normas y los valores fundamentales que guían el comportamiento de los miembros de la organización, fomentando un ambiente de trabajo ético y orientado a metas, ya que los principios claros y definidos promueven la transparencia y la confianza tanto dentro como fuera de la organización, generando confianza en su integridad y se fortalece su reputación.

Figura 2. Principios de la organización



Fuente: Elaboración propia.

Empresa

Para García *et.al* (2022), una empresa es definida como:

(...) una forma de organización económica que realiza una doble función:

- Por un lado, produce bienes y servicios y los distribuye.
- Por otro lado, contrata trabajo y compra o alquila otros factores, como maquinaria, almacenes, etc., con el fin de producir o elaborar esos bienes y servicios para posteriormente venderlos... (p. 7)

Una empresa es una entidad u organización que se dedica a desarrollar actividades económicas con el objetivo de obtener beneficios de generar ingresos y utilidades, tanto para sus propietarios como para los empleados y demás partes interesadas. Para poder lograrlo, se llevan a cabo diferentes actividades, como la producción, la comercialización, la gestión financiera, la contratación de personal, entre otras. Es una unidad productiva que combina recursos humanos, financieros, técnicos y materiales para producir bienes o servicios y ofrecerlos en el mercado.

Existen diferentes objetivos que buscan las empresas, entre las cuales García *et.al* (2022), menciona:

(...) **Obtener el mayor beneficio posible.** Este suele ser el principal objetivo.

Satisfacer las necesidades de los clientes. Es muy importante conocer las necesidades que tienen las personas a las que venden, porque de esta manera seguirán comprando o comprarán más cantidades de producto.

Objetivos de estabilidad y adaptabilidad al entorno. El entorno, general o específico, es un factor muy influyente en los beneficios de las empresas. Si una empresa quiere crecer o simplemente mantenerse, resulta imprescindible que esté abierta a los cambios en el mercado y a las innovaciones tecnológicas. Una subida de intereses, un aumento de la competencia, etc., afectarán directamente a la empresa y a sus resultados.

Objetivos de expansión y crecimiento de la empresa. Las empresas necesitan crecer para aumentar su producción, para abrir nuevos mercados nacionales o internacionales. De esta manera conseguirán mayores beneficios en el futuro.

Objetivos de responsabilidad social. Cada vez más, las empresas están incorporando objetivos de responsabilidad social hacia sus empleados, clientes, organizaciones no gubernamentales y hacia el medioambiente en el que desarrollan su actividad.

Crear valor. Aumentar el valor de la empresa y así, de esta manera, conseguir una mayor rentabilidad para los inversores o propietarios... (p. 8)

Para que una empresa logre obtener los resultados esperados, de deben establecer los objetivos y determinar el periodo o tiempo en que se quieren alcanzar. Es importante que se establezcan y dividan por los tiempos en que se esperan lograr, si es a largo, mediano o corto plazo. Por lo general las empresas buscan obtener la mayor cantidad de beneficios posibles y así poder satisfacer las necesidades de sus clientes, ya que brindando un buen servicio y calidad es probable que los sigan buscando y sean recomendados a otros.

También, es importante mantenerse informado y actualizado con procesos, cambios del mercado, avance de la tecnología porque está en constante cambio y la innovación debe ser clave para brindar un buen servicio o producto, según la razón de cada empresa. Con eso, las empresas pueden obtener beneficios de productividad, atraer y retener al capital humano para conseguir mantener la rentabilidad o aumentarla.

Figura 3. Objetivos de las empresas



Fuente: Elaboración propia.

Funciones de la empresa

Para García *et.al* (2022), una empresa debe realizar una serie de funciones o actividades para alcanzar sus objetivos:

(...) **Función de compras o de provisionamiento:** consiste en comprar las materias primas, los productos intermedios o los productos terminados, según se trate de una empresa industrial o comercial.

Función de producción: englobaría todo el proceso de transformar las materias primas o los productos intermedios en aquellos bienes que comercializa la empresa.

Función comercial: toda empresa está dirigida al mercado donde se adquieren sus productos o servicios; por tanto, dentro de esta función se encuentra la venta de productos.

Función de recursos humanos: abarca todo lo relativo a la selección, gestión y administración del personal que presta sus servicios en la empresa.

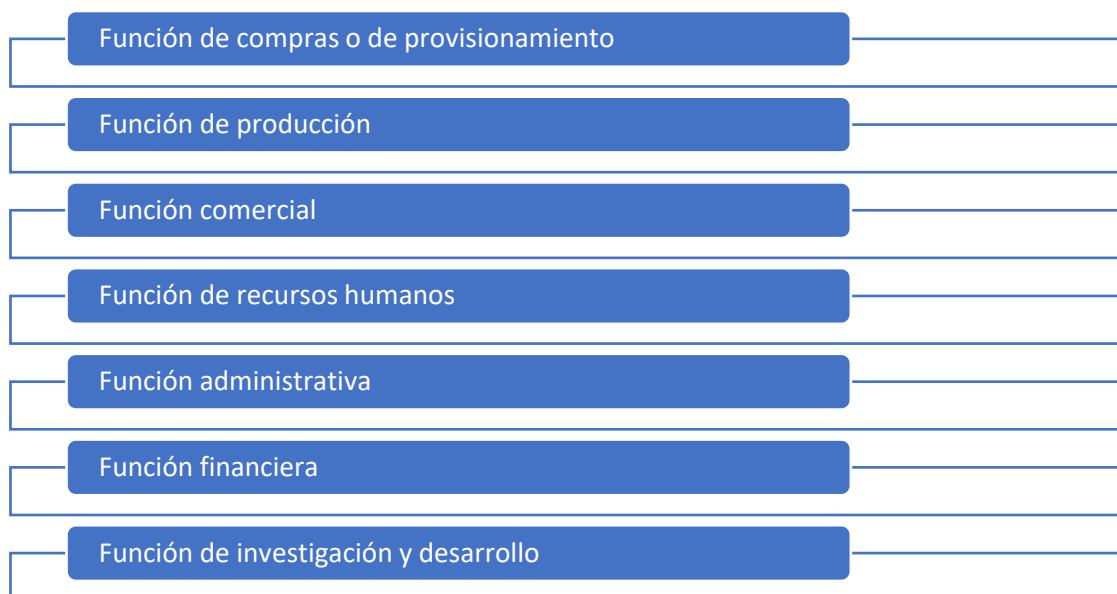
Función administrativa: dentro de esta destaca la función de dirección de la empresa, que se encarga de la organización y gestión de la misma.

Función financiera: toda empresa necesita dinero para pagar los gastos corrientes de su actividad, adquirir mercancías y realizar otras inversiones (locales, maquinaria, etc.). La obtención de esos fondos constituye lo que se llama función financiera.

Función de investigación y desarrollo: a medida que aumenta la competencia entre las empresas, se otorga mayor importancia a la investigación... (p. 11)

Una empresa debe realizar una serie de funciones o actividades para alcanzar sus objetivos debido a que cada una de estas funciones desempeña un papel fundamental en el funcionamiento y éxito general de la organización. Estas funciones están interrelacionadas y se complementan entre sí para lograr los resultados deseados, además de que ayuda con la estabilidad y el crecimiento de la empresa.

Figura 4. Funciones de las empresas para alcanzar objetivos



Fuente: Elaboración propia.

Procesos empresariales

Hay varios procesos en las empresas que son esenciales y fundamentales para el funcionamiento de cualquier empresa, sin importar su tamaño o sector para el cual esté destinado. Se encuentra el de producción o fabricación, el de compras, el financiero y por último el comercial o ventas.

Para Buzón *et.al* (2019), el proceso de producción o fabricación es:

(...) es el encargado de transformar en valor los productos o servicios que la empresa vende a sus clientes, normalmente a través del procesado de algún tipo de materia prima... (p. 11)

Entonces, el proceso de producción o fabricación en una empresa se refiere a las actividades y pasos necesarios para transformar los insumos o materias primas en productos terminados, se pueden encontrar procesos de planificación, diseño, materiales, inventario, ensamblaje, control de calidad, empaque, envío, etc.

Para Buzón *et.al* (2019), el proceso de compras es:

(...) es el encargado de adquirir los productos y gestionar los servicios necesarios para que la empresa funcione... (p. 15)

Este proceso de compras se refiere a las actividades y pasos que se llevan a cabo para adquirir bienes o servicios necesarios para el funcionamiento de la organización. Como por ejemplo, identificar las necesidades de la empresa, definir los requisitos, buscar y seleccionar proveedores, negociar, darles seguimiento a las compras realizadas para registrarlas y recibirlas una vez que estén listas, emitir facturas, pagar las compras, etc. El proceso de compras es recomendable revisarlo periódicamente para comparar con otros proveedores y planificar de manera eficiente.

Para Buzón *et.al* (2019), el proceso de financiero es:

(...) es el encargado de distribuir los fondos de modo adecuado tanto para cubrir todas las necesidades ya existentes como para facilitar el acceso a posibles nichos de negocio o futuros mercados... (p. 17)

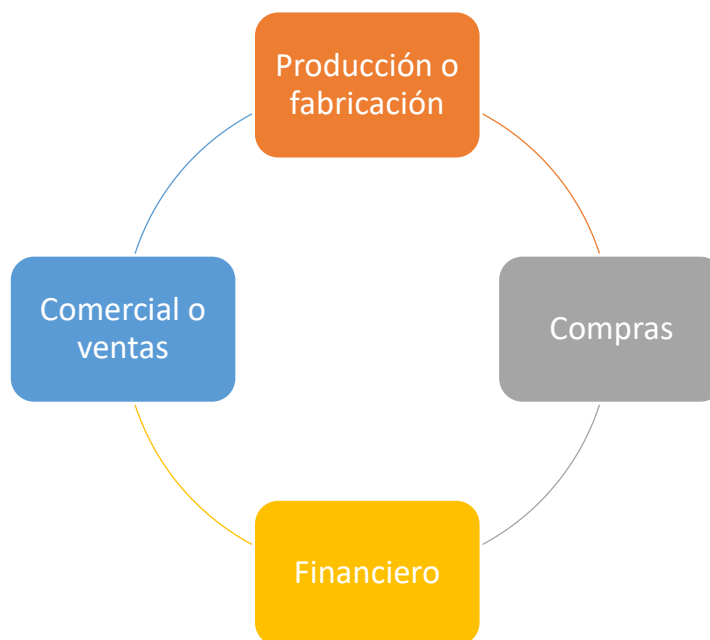
El proceso financiero va a permitir a la empresa establecer metas financieras a largo plazo y desarrollar estrategias para alcanzarlas con la elaboración de presupuestos, proyecciones financieras y planes de inversión, también tiene la administración de cuentas por cobrar y pagar, la planificación del capital de trabajo y la optimización de la posición de efectivo de la empresa para mantener controles internos para salvaguardar los activos de la empresa, prevenir fraudes y errores, y garantizar la precisión y confiabilidad de la información financiera, etc.

Para Buzón *et.al* (2019), el proceso de comercial o de ventas es:

(...) es el que se encarga de que el cliente adquiera el producto o servicio que constituye la labor empresarial de la entidad Debe dar salida a todo lo producido por la empresa a través de lo que se conoce como “fuerza de ventas” ... (p. 18)

El proceso comercial o de ventas se refiere a las actividades y pasos que se llevan a cabo para identificar, atraer, convencer y cerrar ventas con clientes potenciales. Por ejemplo, la búsqueda de nuevos clientes por medio de una base de datos, referencias, etc. La participación en ferias es una opción que toman algunas empresas para hacer negociaciones y atraer nuevos clientes para aumentar la cartera de clientes y así incrementar las ventas.

Figura 5. Procesos empresariales



Fuente: Elaboración propia.

Comunicación

Para Amo *et.al* (2018), la comunicación es:

(...) un proceso en el que hay un intercambio de información, en el que un emisor transmite a un receptor un mensaje a través de un canal esperando que se produzca una respuesta...
(p. 7)

De acuerdo con Amo, la comunicación puede llevarse a cabo a través de diferentes medios y canales, como el lenguaje verbal (hablado o escrito), el lenguaje no verbal (expresiones faciales, gestos, posturas), la escritura, las imágenes, los símbolos y las tecnologías de la información y la comunicación e implica habilidades como escuchar, comprender, interpretar y responder a los mensajes. En el proceso de comunicación, intervienen varios elementos:

- **Emisor:** Es la persona o entidad que envía el mensaje. Es responsable de codificar la información y transmitirla de manera comprensible.
- **Receptor:** Es la persona o entidad que recibe el mensaje. Su función es decodificar la información y comprenderla.
- **Mensaje:** Es la información, idea o intención que se transmite. Puede ser verbal o no verbal, y puede tener diferentes formas y contenidos.
- **Canal:** Es el medio a través del cual se transmite el mensaje. Puede ser oral, escrito, visual o tecnológico.
- **Retroalimentación:** Es la respuesta o reacción del receptor al mensaje. Permite al emisor saber si el mensaje fue comprendido y si se logró la comunicación efectiva.
- **Contexto:** Se refiere al entorno físico, social y cultural en el cual se desarrolla la comunicación. El contexto influye en la interpretación y comprensión del mensaje.

Figura 6. Elementos de la comunicación

Fuente: Elaboración propia.

Para lograr una comunicación exitosa, es importante considerar la claridad en la expresión, la escucha activa, la empatía, la adaptación al receptor y el uso adecuado de los medios y canales de comunicación disponibles. Además, la comunicación es un proceso fundamental para la interacción humana, que implica el intercambio de información y significados entre los individuos y es esencial para la creación de relaciones, la transmisión de conocimientos y la coordinación de acciones en diferentes ámbitos de la vida.

Tipos de comunicación

La comunicación se puede clasificar en diferentes tipos según el canal que se utilice y la interacción que se tenga. Para Chico *et.al* (2019), se pueden clasificar de la siguiente manera:

(...) En función del canal utilizado:

- **Escrita:** la que se realiza mediante la palabra escrita en un soporte, utilizando grafías, letras.
- **Oral:** la que se realiza mediante la palabra hablada, utilizando sonidos.
- **No verbal:** compuesta principalmente por expresiones faciales y gestos corporales.

En función del grado de interacción:

- **Directa:** es la comunicación que se desarrolla entre el emisor y el receptor en forma personal, cara a cara.
- **Indirecta:** es aquella donde la comunicación está basada en una herramienta o instrumento, ya que el emisor y el receptor están a distancia. Puede ser personal (hablar por teléfono, enviar un correo electrónico) o bien colectiva (periódicos, radio, libros).es el compromiso de actuar de manera que sirva a los intereses de sus grupos de interés y le preocupa la forma en que las empresas generan ganancias y su impacto en la comunidad en general... (p. 10)

Cada canal de comunicación tiene sus ventajas y limitaciones, y la elección del canal adecuado dependerá del contexto, los objetivos de comunicación, la audiencia y la naturaleza del mensaje. Es importante considerar el canal más efectivo para garantizar que el mensaje sea transmitido de manera clara y comprensible.

La comunicación directa es altamente interactiva y permite una retroalimentación inmediata, lo que facilita la comprensión mutua y la claridad en la transmisión del mensaje. Además, se pueden utilizar elementos no verbales, como expresiones faciales y gestos, para complementar el mensaje verbal y transmitir información adicional. Mientras que la comunicación indirecta puede ser más asincrónica y requiere una mayor dependencia del lenguaje escrito. Debido a la falta de interacción directa, puede haber una mayor posibilidad de malentendidos o interpretaciones erróneas del mensaje. Además, la comunicación indirecta no permite utilizar elementos no verbales o captar señales no verbales que son importantes en la comunicación cara a cara.

Es importante mencionar que la comunicación directa favorece una interacción más inmediata y una comprensión mutua más clara, mientras que la comunicación indirecta puede ser conveniente cuando no es posible o práctico tener una comunicación cara a cara, pero dependerá del contexto, los objetivos de comunicación y las preferencias de los participantes involucrados qué tipo de comunicación se utilizará.

Figura 7. Tipos de comunicación



Fuente: Elaboración propia.

La comunicación externa y sus tipos

La comunicación externa se refiere a la interacción y el intercambio de información que una organización mantiene con su entorno externo, incluyendo clientes, proveedores, socios comerciales, medios de comunicación, comunidad y público en general. Para Chico *et.al* (2019), comunicación externa es:

(...) va dirigida al público externo: clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general. Viene determinada por las personas que no tienen ninguna relación con la empresa o bien la tienen de manera muy limitada, sea esta geográfica, de productos o de servicios... (p. 11)

Existen diferentes tipos de comunicación externa, como la estratégica, operativa, de notoriedad. Para Chico *et.al* (2019), estas se describen como:

(...) **Comunicación externa estratégica:** Consiste en conocer los datos de la competencia, las variables económicas y su evolución, así como los cambios en legislación laboral y muchos más, con el fin de alcanzar una posición competitiva en el mercado.

Comunicación externa operativa: Se utiliza para el desarrollo diario de la actividad de la empresa, y es la más importante a nivel de conocer va que es la que lleva todas las comunicaciones públicas externas de la empresa, tanto con proveedores, clientes, competido-res, administraciones, etc.

Comunicación externa de notoriedad: Quiere dar a conocer a la empresa, tanto en mejorar la imagen como dar a conocer los productos. Es la que se encarga de la promoción, marketing, publicidad, patrocinios y otras actividades que hacen conocida la empresa de cara al exterior. ... (p. 12)

Se puede decir que la comunicación externa estratégica se refiere a la planificación y ejecución de actividades de comunicación dirigidas a los públicos externos de una organización, como clientes, proveedores, medios de comunicación, inversores, comunidad local y otros actores relevantes. La comunicación externa operativa se refiere a las actividades prácticas y tácticas que se llevan a cabo para implementar la estrategia de comunicación externa de una organización y la comunicación externa de notoriedad se enfoca en aumentar la visibilidad y el reconocimiento de una organización, marca o producto en el mercado y entre los públicos externos.

Figura 8. Comunicación externa



Fuente: Elaboración propia.

La comunicación interna y sus tipos

Para Chico *et.al* (2019), comunicación interna:

(...) está orientada al público interno, que es el grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculadas con ella. En el caso de una empresa, está integrado por accionistas, directivos, empleados, contratistas, etc. Esta comunicación puede producirse de manera:

- **Formal:** donde el contenido está referido, a aspectos laborales únicamente. En general, utiliza la escritura como medio. La velocidad es lenta debido a que tiene que cumplir todos los procedimientos burocráticos.
- **Informal:** donde el contenido de la comunicación, a pesar de estar referido a aspectos laborales, utiliza canales no oficiales (reunión en estancias fuera del lugar específico de trabajo, encuentros en los pasillos, las pausas del café o la comida, etc.) ... (p. 12)

Entonces, la comunicación interna de una empresa se refiere a los mensajes y actividades de comunicación que ocurren dentro de la organización, entre los diferentes niveles jerárquicos, departamentos y empleados y su objetivo principal es fomentar la colaboración, la cohesión y la eficacia dentro de la empresa, promoviendo una cultura de transparencia, participación y compromiso entre los miembros de la organización. Como lo menciona Chico *et.al* (2019), su objetivo principal es:

(...) Su objetivo principal consiste en establecer un conjunto de procesos de transmisión de la información, que permitan conseguir los objetivos de la empresa y de las personas.

Este objetivo, plantea a su vez, los siguientes aspectos:

- El desarrollo y mantenimiento de las relaciones interpersonales.
- La facilitación las relaciones entre la empresa y las personas que la integran.
- La elaboración de la información que recibirá el personal de la empresa respecto a los objetivos de la organización.
- La orientación y desarrollo de la información para la motivación de los comportamientos de los trabajadores... (p. 12)

Figura 9. Comunicación interna



Fuente: Elaboración propia.

Sensibilización

Para Arnstein *et.al* (1969), la sensibilización se trata de un proceso de educación y concientización de los individuos acerca de sus derechos, así como de los problemas y desafíos que enfrentan en su entorno. Este enfoque se utiliza comúnmente en el ámbito de la participación ciudadana y la promoción de la justicia social. (p. 216-224)

Entonces, la sensibilización se refiere al proceso de aumentar la conciencia y el conocimiento de las personas sobre un tema específico, esto implica despertar la atención y fomentar una comprensión más profunda de una problemática, situación, causa o tema en particular. La sensibilización tiene como objetivo promover un cambio en las actitudes, comportamientos y percepciones de las personas hacia ese tema específico.

Este proceso puede ser utilizado en diferentes contextos, como en temas sociales, ambientales, de salud, derechos humanos, diversidad, igualdad de género, entre otros. Buscando informar, educar y generar empatía en las personas para que puedan comprender mejor los problemas, desafíos o necesidades relacionados con el tema en cuestión.

La sensibilización se lleva a cabo a través de diversas estrategias y actividades, como campañas de comunicación, programas educativos, eventos, testimonios, narrativas persuasivas, material audiovisual, entre otros. Estas acciones buscan captar la atención de las personas, transmitir información relevante y promover una reflexión que pueda llevar a un cambio de actitud, comportamiento o compromiso.

Motivación

Para Medina *et.al* (2018), la motivación es:

(...) lo que impulsa a cada individuo a alcanzar determinadas metas, individual o colectivamente. Es una fuerza interna que consigue que cada persona se mueva para cumplir una serie de objetivos, lo que tendrá como consecuencia última el alcance de la satisfacción.

La motivación es necesaria, pues si no existe a la hora de realizar cualquier actividad, nos podemos sentir frustrados e insatisfechos dando lugar a ciertos estados, tanto físicos como mentales, que no son buenos para nuestro organismo... (p. 15)

La motivación es un factor clave en el desempeño laboral, el logro de metas personales, la productividad y el bienestar general. Una alta motivación puede llevar a un mayor compromiso, creatividad y persistencia en la consecución de objetivos, mientras que una baja motivación puede resultar en una disminución del interés y el rendimiento en las actividades. Existen diferentes tipos de motivación como los tangibles e intangibles, ya que puede motivarse a las personas con reconocimientos por su buen trabajo, con bonificaciones, premios, etc.

Incentivos

Taylor definió el incentivo como el ofrecimiento de una remuneración mayor de la que se da normalmente en la industria (Taylor, 1984, 41) (Clásico). Su administración científica recurría al incentivo para motivar a los empleados y así alcanzar y superar las metas de producción.

Los incentivos pueden ser tanto tangibles (como dinero, bonificaciones, premios) como intangibles (reconocimiento, oportunidades de desarrollo, tiempo libre). El objetivo de los incentivos es crear una relación entre el esfuerzo, la dedicación o el logro y la obtención de una recompensa o beneficio, lo que aumenta la probabilidad de que las personas se sientan motivadas

a alcanzar esos objetivos, pueden tener efectos positivos o negativos, según cómo se implementen y se ajusten a las necesidades de las personas.

Responsabilidad Social

Para Elasrag *et.al* (2022), la Responsabilidad Social es:

(...) es el compromiso de actuar de manera que sirva a los intereses de sus grupos de interés y le preocupa la forma en que las empresas generan ganancias y su impacto en la comunidad en general... (p. 16)

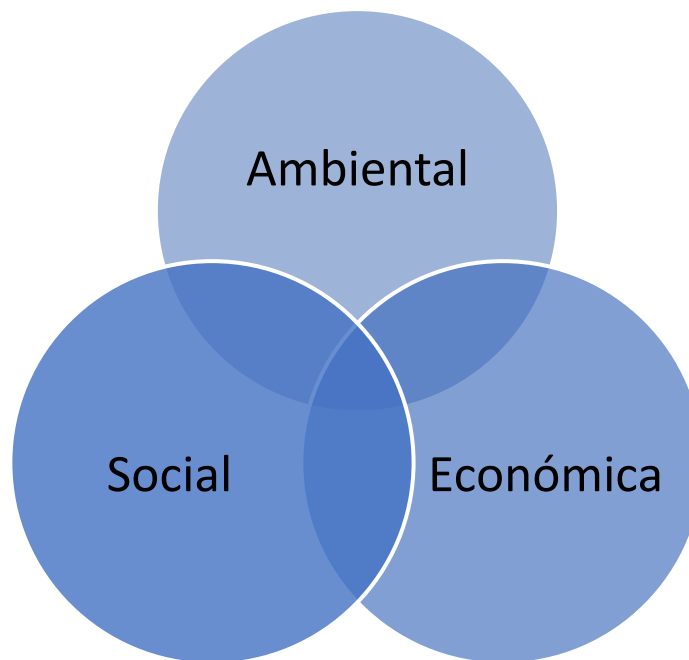
La Responsabilidad Social es un compromiso que tienen las personas para el mejoramiento social, ambiental, económico, etc., se requiere de participación voluntaria de los colaboradores de una empresa o sociedad para poder aplicarla. Esto tiene un impacto positivo en la imagen de los actuales y futuros clientes de una empresa debido a la reputación positiva que llegan a tener las empresas al estar activamente involucrados.

Se manifiesta en diversas áreas de la vida, desde el ámbito laboral hasta el consumo consciente y la participación en actividades de voluntariado. En el ámbito empresarial, implica adoptar prácticas éticas y sostenibles que vayan más allá de la maximización de los beneficios económicos. Las empresas responsables socialmente se preocupan por el impacto que generan en la sociedad y en el medio ambiente, promoviendo valores como la transparencia, la equidad, el respeto a los derechos humanos y la protección del medio ambiente.

La responsabilidad social también recae en cada individuo como ciudadanos e implica ser conscientes de las acciones y decisiones, y considerar cómo afectan a los demás y al entorno, desde elegir productos y servicios que sean social y ambientalmente responsables, hasta involucrarse en causas sociales y comunitarias, todas las personas tienen la capacidad de generar un impacto positivo en su entorno. No solo implica cumplir con las obligaciones legales, sino ir más allá y hacer lo que está en las propias manos para mejorar la sociedad en la que se vive. Es un llamado a la reflexión y a la acción, a ser conscientes de la interdependencia y a trabajar juntos para construir un mundo más justo, equitativo y sostenible.

Es un principio fundamental que insta a actuar de manera ética y consciente en todos los aspectos de la vida. Ya sea como empresas, como individuos o como miembros de una comunidad, todos tienen la capacidad y la responsabilidad de contribuir al bienestar social y al desarrollo sostenible. Al asumir esta responsabilidad, se puede construir un futuro mejor para todos.

Figura 10. Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia.

Tipos de Responsabilidad Social

Responsabilidad social individual o personal

Para Monfort y Villagra *et.al* (2020), la Responsabilidad Social individual es:

(...) se identifica con la conducta ética del ciudadano no solo para consigo mismo, son también para con su entorno, y que va mucho más allá del cumplimiento de las obligaciones legales, ya que está relacionada con nuestra actitud con nuestro ámbito más inmediato, familia, laboral e, incluso, medioambiental... (p. 194)

La Responsabilidad Social individual es el compromiso de las personas ante la sociedad, la empresa, la familia, etc., de marcar una diferencia y contribuir a un mundo mejor, en el cual se puede mencionar la mejora del trato hacia las personas, con el respeto, empatía, diversidad, inclusión y equidad. También, teniendo un consumo responsable de los recursos naturales, tomando acciones como reciclar y reutilizar materiales con el fin de adoptar prácticas sostenibles. Por otro lado, se considera también la participación en actividades de voluntariado en organizaciones sin fines de lucro o proyectos comunitarios.

Responsabilidad social empresarial

Para Martínez *et.al* (2022), la Responsabilidad Social de la empresa:

(...) es el compromiso de los empresarios con los valores éticos que dan un sentido humano al empeño por el desarrollo sostenible. El mismo concepto de la responsabilidad social de las empresas nos muestra que su esencia es la cultura. En el fondo, una empresa es responsable cuando trabaja por un desarrollo según los valores de la cultura ética... (p. 65)

La Responsabilidad Social Empresarial es un compromiso voluntario de las empresas para contribuir al bienestar de la sociedad en general y al desarrollo sostenible en donde se deben establecer prácticas éticas y transparentes en todos los departamentos de las empresas. Además, es importante mencionar que la Responsabilidad Social Empresarial no solamente busca generar beneficios económicos, sino que también busca crear un valor a largo plazo para la empresa y la sociedad.

La RSE puede contribuir al desarrollo sostenible a largo plazo y generar un impacto positivo en la sociedad en general y la adopción de la RSE puede traer varios beneficios para las empresas, como:

- Mejora de la reputación y la imagen corporativa: Las empresas que adoptan prácticas responsables y éticas en sus operaciones y relaciones con los *stakeholders* tienden a ganar una buena reputación en la sociedad. Esto puede fortalecer su imagen de marca, generar confianza entre los consumidores y mejorar su posición competitiva en el mercado.
- Construcción de relaciones sólidas con los *stakeholders*: La RSE implica considerar los intereses y necesidades de los diferentes grupos de interés, como empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y accionistas. Al actuar de manera responsable hacia estos grupos, las empresas pueden establecer relaciones sólidas y duraderas, lo que a su vez puede generar beneficios comerciales a largo plazo.
- Atracción y retención de talento: La adopción de prácticas de RSE puede ayudar a atraer y retener a empleados talentosos. Muchos profesionales valoran trabajar en empresas comprometidas con el bienestar de sus empleados, el respeto a los

derechos laborales y el impacto positivo en la sociedad. Además, la RSE puede mejorar el clima laboral y la motivación de los empleados.

- **Mitigación de riesgos:** La RSE implica considerar los aspectos sociales, ambientales y éticos en la toma de decisiones empresariales. Al identificar y abordar los riesgos asociados con estas áreas, las empresas pueden evitar posibles controversias, litigios y daños reputacionales.
- **Contribución al desarrollo sostenible:** La RSE se alinea con los objetivos del desarrollo sostenible, promoviendo prácticas que ayudan a proteger el medio ambiente, impulsar el crecimiento económico inclusivo y fomentar sociedades justas y equitativas. Al asumir su responsabilidad hacia el entorno en el que operan, las empresas pueden ser agentes de cambio positivo y contribuir a un futuro sostenible.
- **Generación de valor compartido:** La RSE va más allá de las donaciones y acciones filantrópicas. Las empresas pueden encontrar oportunidades para generar valor tanto para la sociedad como para sí mismas a través de iniciativas empresariales que aborden desafíos sociales y ambientales. Esto implica buscar soluciones innovadoras que beneficien a la empresa y a la sociedad de manera simultánea.

Responsabilidad social pública o gubernamental.

Para Gorrochategui, Martins y Stevenson *et.al* (2019), la Responsabilidad Social Pública o Gubernamental:

(...) plantea un Estado que promueva la gobernanza fundamentada en la corresponsabilidad. Esto, con el propósito de establecer relaciones colaborativas que motivan la sinergia entre los actores sociales para resolver sus necesidades más apremiantes. En este marco, se planteó la teoría de RSE de la empresa ciudadana, que entiende su rol como agente integrador entre el Estado y la sociedad en general, mediante el ejercicio responsable (social y medioambiental) en el ámbito político... (p. 357)

Entonces, la Responsabilidad Social Pública o Gubernamental hace referencia al compromiso que tienen los Estados, Gobiernos, e instituciones públicas de actuar de manera transparente y ética en beneficio de la sociedad. Es importante mencionar que los gobiernos tienen

el deber de promover y proteger el bienestar de sus ciudadanos, así como de garantizar el ejercicio de sus derechos y libertades, implicando la implementación de políticas y programas para fomentar el desarrollo económico sostenible, la igualdad de oportunidades, la justicia social, la inclusión y la protección de los derechos humanos. También implica un manejo responsable y transparente de los recursos públicos, evitando la corrupción y promoviendo la rendición de cuentas. Los gobiernos deben velar por el interés general y tomar decisiones informadas y basadas en evidencia científica, considerando los impactos sociales, económicos y ambientales de sus acciones.

Figura 11. Tipos de Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia.

Responsabilidad Social Corporativa y las normas certificables

Normativa básica

Para Nuevo y Escaño Rosales *et.al* (2018), una norma es:

(...) una especificación técnica aprobada por un organismo de normalización reconocido para su aplicación continua o repetida, cuyo cumplimiento no es obligatorio... (p. 200)

Una normativa básica es un conjunto de leyes que se establecen de conformidad con fundamentos legales y principios esenciales que deben cumplir las personas, empresas, sociedades, etc. Luego de establecerse, se desarrollan más normas detalladas y más específicas. Por otro lado, son la base sobre la cual se desarrolla la legislación específica y tiene como objetivo garantizar el orden y la legalidad en una sociedad.

Norma ISO 26000.

La Norma ISO 26000 es un estándar internacional desarrollado por la Organización Internacional de Normalización (ISO) sobre la Responsabilidad Social y fue publicada en el año 2010. Se basa en el consenso de expertos de diferentes países y sectores, incluyendo organizaciones gubernamentales, empresas, organizaciones no gubernamentales y grupos de interés. Esta no es una norma certificable pero su objetivo principal es servir como guía y referencia para las organizaciones que deseen implementar y mejorar sus prácticas de Responsabilidad Social.

La Norma ISO 26000 abarca una amplia gama de aspectos relacionados con la Responsabilidad Social y proporciona orientación sobre cómo las organizaciones pueden integrar prácticas socialmente responsables en su gestión y operaciones. Además, proporciona una guía práctica y flexible que las organizaciones pueden utilizar para evaluar, mejorar y comunicar sus prácticas de Responsabilidad Social. Al seguir las directrices de la norma, las organizaciones pueden fortalecer su reputación, generar confianza con los *stakeholders* y contribuir positivamente al desarrollo sostenible y al bienestar social. Algunas generalidades de la norma incluyen:

- **Gobernanza organizacional:** Promover la transparencia, la ética y la rendición de cuentas en la toma de decisiones y en la gestión de la organización.
- **Derechos humanos:** Respetar y promover los derechos humanos reconocidos internacionalmente.
- **Prácticas laborales:** Asegurar condiciones de trabajo justas, saludables y seguras, y promover la igualdad de oportunidades y la diversidad en el empleo.
- **Medio ambiente:** Minimizar el impacto ambiental de las operaciones y promover prácticas de gestión ambiental sostenibles.
- **Prácticas justas de operación:** Fomentar la ética en las relaciones comerciales y garantizar la transparencia y la equidad en las prácticas de adquisiciones y cadena de suministro.
- **Compromiso con la comunidad:** Contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades locales y promover la participación y el diálogo con los grupos de interés.

ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más (ISO 2010:4).

La Norma ISO 26000 proporciona una guía práctica y flexible que las organizaciones pueden utilizar para evaluar, mejorar y comunicar sus prácticas de Responsabilidad Social. Al seguir las directrices de la norma, las organizaciones pueden fortalecer su reputación, generar confianza con los *stakeholders* y contribuir positivamente al desarrollo sostenible y al bienestar social.

Figura 12. Contenido de La Norma ISO 26000



Fuente: Elaboración propia.

Norma INTE G35

La Norma INTE G35 se refiere a la "Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)". Es una norma técnica desarrollada por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTE) que proporciona directrices y requisitos para que las organizaciones implementen y gestionen prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Para Gamboa *et.al* (2019), La Norma INTE G35 es:

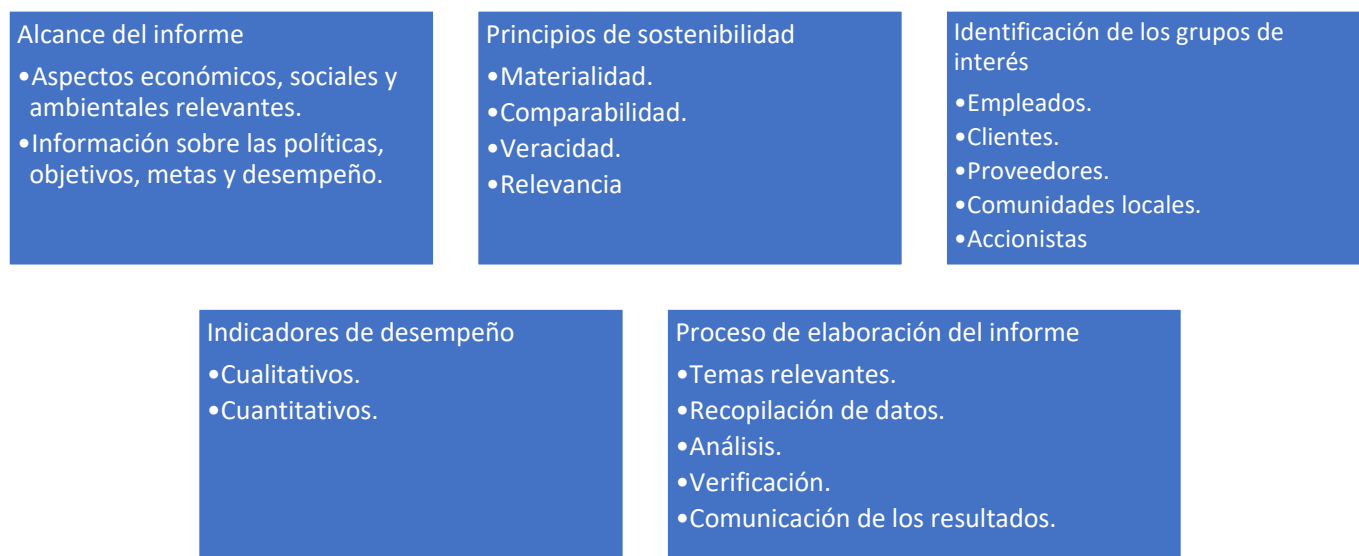
(...) Se trata de un Sistema de gestión de la RS que guía a las organizaciones para estructurar sus esfuerzos e iniciativas y fue creada por INTECO en el año 2012 ... (p. 8-9)

Es importante tener en cuenta que la norma INTE G35 es específica para Costa Rica y su aplicación se centra en las organizaciones en ese país. Sin embargo, sigue los principios y directrices internacionales establecidos por organismos y estándares reconocidos en el ámbito de la sostenibilidad empresarial. Algunos aspectos importantes de la norma INTE G35 son los siguientes:

- Alcance del informe: La norma establece que el informe de sostenibilidad debe abordar aspectos económicos, sociales y ambientales relevantes para la organización y su contexto. Se debe incluir información sobre las políticas, objetivos, metas y desempeño en estas áreas.
- Principios de sostenibilidad: La norma INTE G35 establece una serie de principios que deben guiar la elaboración del informe de sostenibilidad. Estos principios incluyen la materialidad (enfocar en los aspectos más importantes), la comparabilidad (facilitar la comparación con otros informes), la veracidad (presentar información precisa y completa) y la relevancia (incluir información significativa para los grupos de interés).
- Identificación de los grupos de interés: La norma requiere que las organizaciones identifiquen y tomen en cuenta a sus grupos de interés relevantes para la elaboración del informe de sostenibilidad. Estos grupos pueden incluir empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, accionistas y otros actores interesados en el desempeño sostenible de la organización.

- **Indicadores de desempeño:** La norma INTE G35 establece la importancia de utilizar indicadores de desempeño apropiados para medir y comunicar los resultados en términos de sostenibilidad. Estos indicadores pueden ser tanto cuantitativos como cualitativos y deben reflejar los aspectos relevantes para la organización y sus grupos de interés.
- **Proceso de elaboración del informe:** La norma proporciona orientación sobre el proceso de elaboración del informe de sostenibilidad, incluyendo la identificación de los temas relevantes, la recopilación de datos, el análisis, la verificación y la comunicación de los resultados. También se recomienda que las organizaciones utilicen marcos de referencia reconocidos internacionalmente, como los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las Directrices de Global Reporting Initiative (GRI).

Figura 13. Aspectos importantes de La Norma INTE G35



Fuente: Elaboración propia.

Responsabilidad Corporativa

Para Cañas *et.al* (2018), la Responsabilidad Social Corporativa es:

(...) es gestión socialmente responsable de la actividad por parte de las empresas y se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, medioambiente y sobre la sociedad en general... (p. 9)

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) abarca diversas áreas de acción y compromisos por parte de las empresas, que van más allá de la búsqueda del beneficio económico.

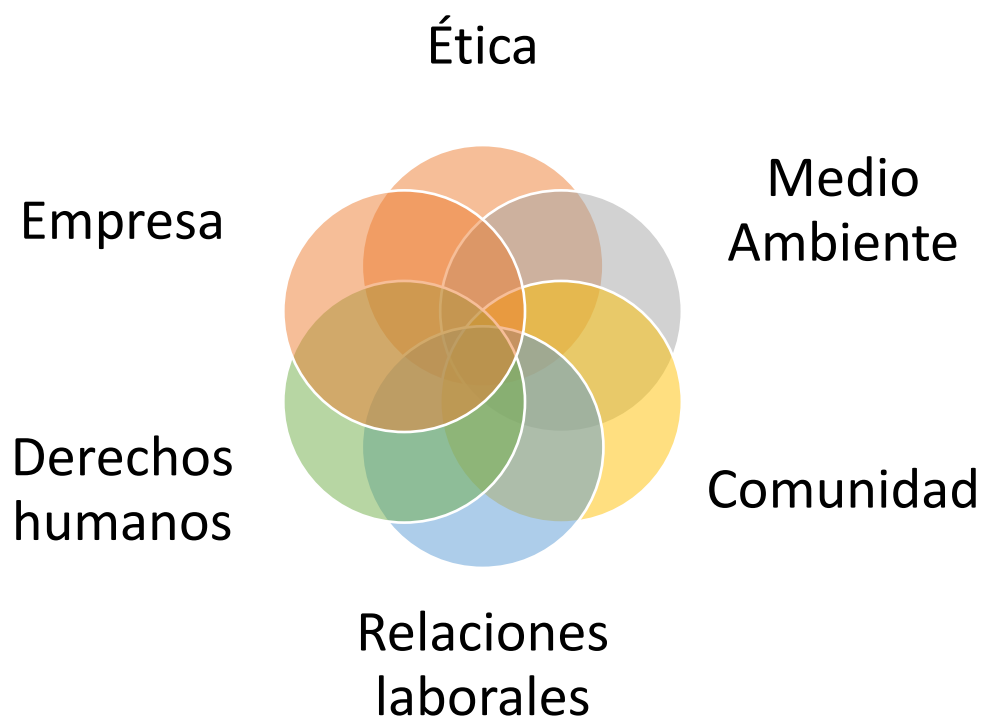
Algunos de los aspectos clave de la RSC son:

- **Gobierno corporativo:** Implica establecer una estructura de gobierno sólida y transparente, con una gestión responsable y ética de la empresa. Esto incluye la adopción de políticas y prácticas de gestión que promuevan la integridad, la transparencia, la rendición de cuentas y la equidad.
- **Relaciones laborales y derechos humanos:** La RSC implica respetar y promover los derechos laborales, asegurando condiciones de trabajo justas y seguras para los empleados. Esto incluye el respeto a la libertad de asociación, la no discriminación, la remuneración justa, la promoción de la diversidad y la inclusión, y el fomento del desarrollo profesional y personal de los empleados.
- **Ética en los negocios:** Las empresas deben comprometerse a actuar de manera ética en todas sus operaciones comerciales, evitando la corrupción, el fraude y las prácticas comerciales engañosas. Esto incluye el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables, así como la promoción de la competencia justa y la transparencia en las transacciones comerciales.
- **Medio ambiente:** La RSC implica la adopción de prácticas de gestión ambiental sostenible para minimizar el impacto de las operaciones de la empresa en el medio ambiente. Esto puede incluir la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, la conservación de los recursos naturales, la gestión adecuada de los residuos y la promoción de la eficiencia energética.
- **Compromiso con la comunidad:** Las empresas deben contribuir al desarrollo de las comunidades en las que operan, invirtiendo en proyectos sociales, culturales y educativos. Esto puede incluir la creación de empleo local, el apoyo a

organizaciones sin fines de lucro, la participación en programas de voluntariado y el desarrollo de iniciativas que mejoren la calidad de vida de las comunidades.

La RSC es importante porque promueve una forma de hacer negocios más responsable y sostenible, que va más allá del enfoque exclusivo en la rentabilidad económica a corto plazo. Al adoptar prácticas responsables, las empresas pueden generar beneficios para sí mismas y para la sociedad en general, incluyendo una mejor reputación, relaciones más sólidas con los grupos de interés, atractivo para el talento y la mitigación de riesgos empresariales. Además, la RSC contribuye al desarrollo sostenible y al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas.

Figura 14. Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Elaboración propia.

Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Corporativa

Diferencia entre la Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Corporativa.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Responsabilidad Corporativa (RC) son términos relacionados, pero tienen algunas diferencias sutiles en su enfoque y alcance. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere al compromiso voluntario de las empresas de contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de la sociedad en la que operan. Además, esta se trata de un enfoque más amplio que abarca el impacto social y ambiental de las actividades empresariales, además de los aspectos económicos. Por otro lado, la RSE implica considerar a los grupos de interés clave, como empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y medio ambiente, y adoptar prácticas éticas y sostenibles en todas las operaciones comerciales y busca generar un impacto positivo en la sociedad, más allá de los intereses económicos de la empresa.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se centra más específicamente en el comportamiento ético y responsable de las empresas en su gestión interna y su relación con los grupos de interés. Se trata de un enfoque más interno y orientado hacia la empresa misma, como aspectos del gobierno corporativo, la gestión de riesgos, la ética empresarial, el cumplimiento legal y la responsabilidad financiera. También abarca la gestión responsable de los recursos humanos, los derechos laborales y las prácticas comerciales éticas. Por consiguiente, se centra en asegurar que la empresa sea responsable en sus acciones y decisiones internas, así como en su impacto en los empleados y en la sociedad en general.

Principios para la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa.

Para Cañas *et.al* (2018), la Responsabilidad Social Corporativa tiene algunos principios para su aplicación:

- (...) Una empresa es socialmente responsable cuando integra en su estrategia las expectativas que tienen los diferentes grupos de interés sobre su funcionamiento y se esfuerza para responder satisfactoriamente a ellas.
- La RSC no tiene un final, sino que es un proceso de mejora continua y un camino a la excelencia en todos sus ámbitos.
- La RSC tiene un carácter voluntario, pero las políticas para su fomento son necesarias ya que la RSC favorece la competitividad y la cohesión social.

- La intervención pública tiene que respetar este carácter voluntario, garantizando unas normas claras, comunes y transparentes y asegurando una competencia leal.
- Hay múltiples maneras de avanzar en la RSC y cada empresa debe configurar su propia estrategia.
- La cadena de contratación debe abordarse como una parte importante en una política integral de RSC, y para muchos, la política laboral de RRHH es la base de una verdadera política de RSC... (p. 19)

Los principios para la aplicación de la Responsabilidad Social ayudan a las empresas a integrar consideraciones éticas, sociales y ambientales en su estrategia y operaciones diarias. Cabe destacar que la aplicación de la RSC puede variar según el tamaño, la industria y las circunstancias específicas de cada empresa, pero estos principios generales son ampliamente aceptados y reconocidos en el campo de la responsabilidad corporativa.

Además, la Responsabilidad Social Corporativa no tiene un final, como lo menciona Cañas ya que está en constante mejora y actualización, por eso es importante que las empresas trabajen en estrategias basadas en la RSC, considerando las normas y manteniendo presente que es voluntaria, para que los colaboradores de las empresas formen parte y tengan una participación activa.

Objetivos de la Responsabilidad Social Corporativa.

Para Rodríguez *et.al* (2019), la Responsabilidad Social Corporativa tiene los siguientes objetivos:

- (...) Implantar la preocupación por los resultados, pero desarrollando un comportamiento ético.
 - Implantar la idea de que las actuaciones realizadas tanto por las organizaciones como por las entidades con y sin fin de lucro tienen que preocuparse por los resultados y la forma, mecanismo o vía por la que se han alcanzado los mismos; fomentando un compromiso ético.
- Impulsar la innovación y los modelos de desarrollo sostenible para hacer frente a los retos sociales.

- Reforzar la capacidad de las organizaciones y empresas para hacer frente a los retos sociales mediante la innovación y el impulso de modelos de desarrollo sostenible, caracterizados por la integración de la competitividad y el crecimiento económico con el respeto a los derechos humanos, las preocupaciones sociales y el respeto al medioambiente.
- Generar valor compartido.
 - Generar un valor compartido que se manifiesta en un desarrollo económico, social y medioambiental... (p. 8-9)

Los objetivos de la Responsabilidad Social ayudan a las empresas y organizaciones a operar de una manera ética y así poder contribuir de una manera positiva a la sociedad y medio ambiente, garantizando la sostenibilidad, sin embargo, no pueden variar según el tipo de empresa u organización.

Beneficios de Responsabilidad Social Corporativa.

La Responsabilidad Social Corporativa tiene varios beneficios para las empresas y la sociedad, para Ayensa *et.al* (2022), estos son algunos de ellos:

(...) Aumento de la productividad: un trabajador motivado es mucho más productivo. Los beneficios sociales no solo generan más compromiso, también aumentan la motivación de los empleados, lo que se traduce directamente en un aumento de la productividad.

Ventajas fiscales: la mayoría de los beneficios sociales suponen un importante ahorro fiscal para el empleado, ya que cuentan con exenciones en el IRPF.

Mejoran la imagen de la empresa: los beneficios sociales mejoran considerablemente la imagen de la empresa y hacen que esta se convierta en un polo de atracción del talento. Crean el deseo de ingresar en la empresa y de beneficiarse de su política social.

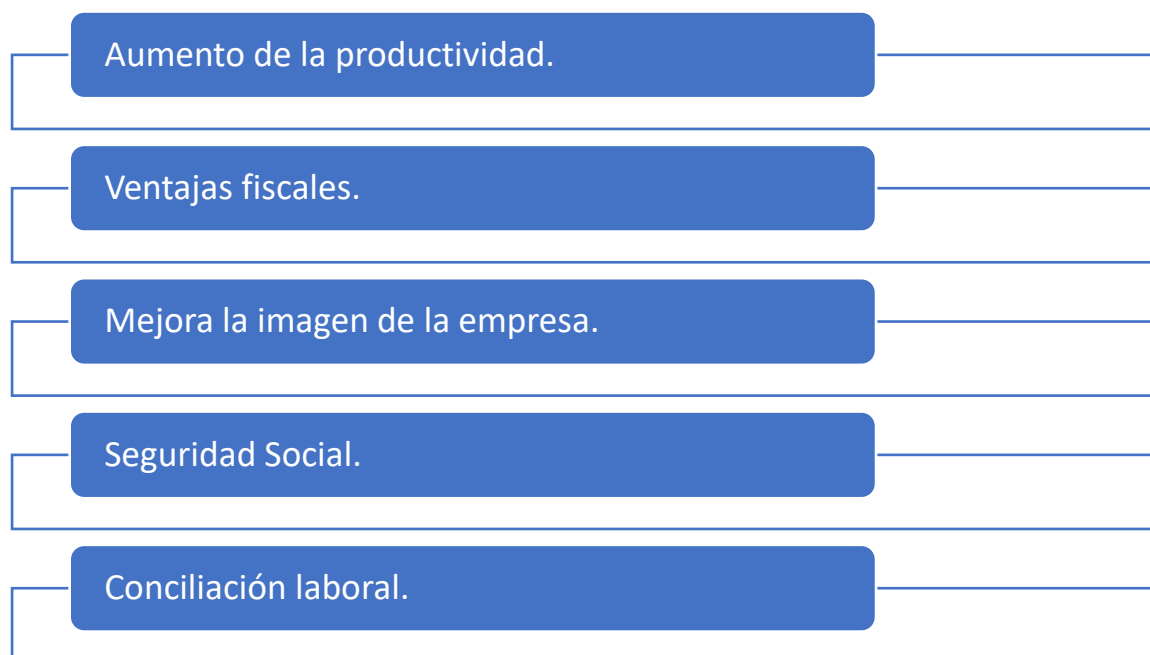
Cotizan a la Seguridad Social: los beneficios sociales cuentan como parte del salario del empleado y, por tanto, tributan a la Seguridad Social; esto supone que la base de cotización del trabajador aumenta y, consecuentemente, las futuras coberturas del trabajador también serán mayores, incluyendo la pensión por jubilación.

Favorecen la conciliación laboral: la mayoría de los beneficios sociales tienen el objetivo de mejorar la calidad de vida de los empleados, por lo que tienen un impacto positivo en la

conciliación laboral, de modo que se reduce el absentismo laboral y aumenta la productividad proporcionalmente... (p. 159)

La adopción de prácticas socialmente responsables, no solo genera valor para las empresas, sino que también contribuyen a tener un mundo más justo, equitativo y sostenible, ya que ayuda a que las personas quieran trabajar de una forma más responsable desde el ámbito social, al mejorar la imagen de la empresa hace que se genere una mayor demanda de trabajo y la productividad de los colaboradores aumenta ya que se mantienen motivados.

Figura 15. Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Elaboración propia.

Ventajas de la responsabilidad social corporativa.

Para Benito *et.al* (2021), la Responsabilidad Social Corporativa tiene varias ventajas:

- Ventajas Internas:
 - Mayor implicación y compromiso del personal, que genera un aumento de la motivación y, por tanto, una mayor productividad y calidad del servicio o producto.
 - Mayor fortaleza financiera y gerencial.
 - Mejora de la comunicación interna.

- Fomento de la cultura corporativa.
- Climas laborales amables y estimulantes.
- Capacidad de atraer y retener al personal con talento.
- Ventajas Externas:
 - Ventaja competitiva frente a la competencia.
 - Atracción y fidelización de los clientes.
 - Mejora del *branding* y la reputación corporativa.
 - Incremento del impacto de la empresa en la sociedad.
 - Mejor calidad de productos.
 - Mejora de la innovación hacia la creación y diseño de nuevos productos, servicios y procesos más sostenibles. (p. 38)

Tal y como lo menciona Benito, una buena implementación de la RSC genera para la sociedad y las empresas beneficios económicos, sociales y ambientales a largo plazo, debido a las decisiones y acciones empresariales que contribuye a la sostenibilidad de la empresa y de la sociedad en general. Así mismo, ayuda a las empresas a cumplir con estas expectativas y a mantener su legitimidad en la comunidad y en el mercado.

Stakeholders de la Responsabilidad Social Corporativa

Los *Stakeholders* en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) hace referencia a las personas que se involucran en las actividades y operaciones de las empresas, y que además pueden influir en las acciones de una empresa en los aspectos sociales, ambientales y éticos. Por ejemplo, pueden ser los empleados, accionistas, proveedores, inversionistas, organizaciones y comunidades. Tal y como lo menciona Benito *et.al* (2021):

(...) Cuando hablamos de personas o grupos de personas interesados en la empresa nos referimos a los stakeholders, aquellos que de alguna manera se relacionan de manera directa con la empresa ya sea porque poseen parte de la propiedad de la empresa, porque trabajan en ella o porque tienen negocios con ella... (p. 13)

Identificar los *stakeholders* es fundamental para el éxito de las empresas ya que permite abarcar las expectativas de las partes interesadas y poder trabajar en conjunto para generar un impacto positivo en la sociedad y medio ambiente.

Figura 16. Tipos de Stakeholders Internos y Externos



Fuente: Benito Vellisca, F. (2021). Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa. Spain: Editorial Editex.)

Cada uno tiene diferentes intereses en las empresas y esto se ve afectado por las decisiones que se toman debido al comportamiento, considerando los valores éticos y buenos valores. Existen diferentes intereses en cada uno de los tipos de *stakeholders* como lo menciona Benito *et.al* (2021):

- (...) Los propietarios: Buscan el crecimiento de la empresa que poseen y de la que se sienten orgullosos. Pueden ser empresarios o accionistas comprometidos con el valor total de la empresa.
- Los trabajadores: Buscan una calidad de vida personal y profesional, y se realizan con su trabajo en la empresa a la vez que disfrutan de tiempo para la familia, deportes, viajes... Quieren estar orgullosos de la empresa en la que trabajan y están comprometidos con sus valores.

- Los clientes: Buscan la satisfacción con el producto o servicio comprados y las condiciones de pago. La empresa pretende que no sean solo consumidores de un momento, sino fidelizados a través de su “experiencia de usuario”, que ayuden en la promoción de la organización.
- Los proveedores: Buscan la satisfacción por hacer negocios con la empresa y cobrar en el tiempo y la forma convenida. Los proveedores son aliados del negocio y sería conveniente que compartieran valores y estrategias con la empresa.
- Las Administraciones públicas: Dependiendo del organismo, buscarán recaudar los impuestos correctos, tener información contable fiable, percibir la cotización de los seguros sociales que corresponda.
- Los sindicatos, las mutuas, los competidores: Buscan defender las condiciones de trabajo de sus afiliados o gestionar el tema de enfermedades y accidentes de los trabajadores de la empresa, o pueden asociarse a nosotros para hacer acciones conjuntas. La sociedad, por ejemplo, se beneficiará de la política medioambiental de la empresa... (p. 10)

Principios de la Responsabilidad Social Corporativa.

Los principios de la Responsabilidad Social Corporativa son la guía que utilizan las empresas u organizaciones para aplicarlos y adaptarlos según sus objetivos con el fin de lograr siempre el equilibrio entre los intereses económicos, sociales y ambientales.

Tener un comportamiento ético es fundamental para establecer y mantener relaciones legítimas y productivas entre las organizaciones. Por lo tanto, la observancia, promoción y fomento de normas de conducta ética subyacen en todas las prácticas justas de operación. La prevención de la corrupción y la práctica de una participación política responsable dependen del respeto al principio de legalidad, la adhesión a normas éticas, la rendición de cuentas y la transparencia. La competencia justa y el respeto a los derechos de propiedad no se pueden lograr, si las organizaciones no operan entre ellas de manera honesta, equitativa e íntegra. (ISO 2010:48-49).

La norma de calidad ISO26000:2010 establece siete principios sobre Responsabilidad Social, como lo menciona Cañas *et.al* (2018):

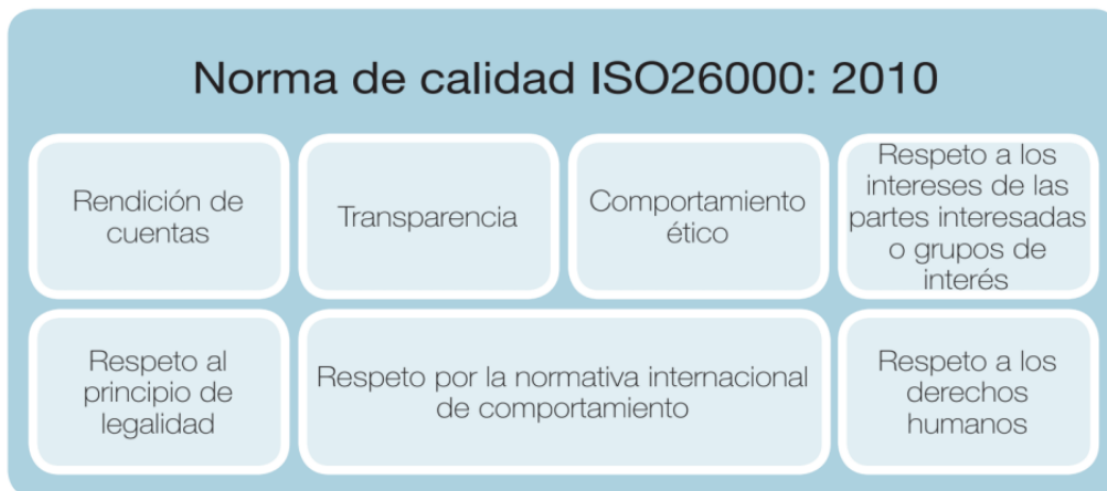
1. (...) Rendición de cuentas: las empresas y entidades socialmente responsables deben de rendir cuentas del efecto que sus decisiones y actividades tienen en la sociedad, economía y el medio ambiente. Las entidades deben de responder ante los afectados y la sociedad en general llevando a cabo las tareas necesarias para prevenir la repetición de estos impactos negativos involuntarios.
2. Transparencia: las actividades y decisiones de las organizaciones que tienen efectos en la sociedad y el medio ambiente deberán de guiarse por el principio de transparencia, revelando de forma clara, completa y con el grado de precisión necesario toda la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable; incluyendo los impactos que puedan producirse en la sociedad y medioambiente. La información, objetiva, accesible y entendible debe de estar disponible para todos aquellos que puedan verse afectados por la organización. Sin embargo, resulta evidente entender que queda exenta toda información protegida por derechos de propiedad o aquella que pueda ser considerada como privilegiada o que pudiera producir incumplimientos de obligaciones legales, comerciales...
3. Comportamiento ético: os valores de honestidad, equidad e integridad, deben de ser la base del comportamiento de una organización socialmente responsable, lo que implica la preocupación por el medio ambiente, las personas... y su compromiso por procurar minimizar al máximo el impacto de sus actividades y decisiones en los intereses de las partes involucradas.
4. Respeto a los intereses de las partes interesadas o grupos de interés: la organización debe de tener en cuenta, respetar y responder a los intereses de todas las partes interesadas, por lo que es imprescindible identificarlas y responder a sus inquietudes.
5. Respeto al principio de legalidad: constituye un principio obligatorio basado en la supremacía del derecho y de que todos los individuos y organizaciones están sujetos al cumplimiento de las leyes. En este contexto de responsabilidad social, las organizaciones cumplen con todas las leyes y se preocupan de poner en conocimiento de todas las personas de la organización la obligatoriedad de

conocerlas y cumplirlas. Asimismo, se revisa periódicamente el grado de cumplimiento.

6. Respeto por la normativa internacional de comportamiento: las organizaciones deben de respetar las normas internacionales, incluso por encima de las leyes de los países en los que se actúa, evitando ser cómplice de otras organizaciones que no actúan conforme a este principio.
7. Respeto a los derechos humanos: el principio universal sobre el respeto a los derechos humanos debe de ser respetado promoviendo los establecidos en la Carta Universal de los Derechos Humanos. Asimismo, en aquellos contextos en donde los mismos no son respetados, debe evitarse el beneficiarse de esta situación y procurar su protección... (p. 39)

Esto significa que se debe evitar prácticas como la corrupción, el soborno, la discriminación o la explotación laboral. Las empresas deben ser transparentes en sus operaciones y comunicar de manera clara y precisa información relevante, por eso deben ser responsables ante la sociedad al rendir cuentas. Además, como se ha mencionado antes, tener prácticas que sean amigables con el ambiente, como lo es la gestión adecuada de los residuos, por ejemplo. También, en la parte de los derechos humanos, se debe respetar, no discriminar y garantizar las mejores condiciones laborales, así como participar en proyectos que mejoren la calidad de vida de las personas, como programas de educación y salud.

Figura 17. Principios de la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Responsabilidad Social Corporativa. (2018). Spain: Editorial Elearning, S.L.

Prácticas de responsabilidad social corporativa.

Para González *et.al* (2018), las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa son:

(...) Las prácticas de RSC son la implantación de la respuesta social de la empresa mediante la ejecución de sus planteamientos de responsabilidad social y caracterizan el tipo de rol estratégico que la RSC tiene dentro de la organización. ... (p. 89)

Es importante mencionar que la Responsabilidad Social Corporativa no se limita a ciertas prácticas específicas, ya que cada empresa puede adaptarlas y ampliarlas según sus necesidades y prioridades, lo primordial es en integrar la responsabilidad social en la estrategia y cultura empresarial y así buscar un equilibrio entre los intereses económicos, sociales y ambientales.

Tipos de responsabilidad social corporativa.

Existen algunos tipos de Responsabilidad Social Corporativa que se pueden implementar en las empresas, entre las cuales existen la Responsabilidad Medioambiental, la Responsabilidad Social filantrópica, la Responsabilidad económica y la Responsabilidad ética.

Para Vercher *et.al* (2022), la Responsabilidad Medioambiental es:

(...) una responsabilidad ilimitada, pues el contenido de la obligación de reparación (o, en su caso, de prevención) que asume el operador responsable consiste en devolver los

recursos naturales dañados a su estado original, sufragando el total de los costes a los que asciendan las correspondientes acciones preventivas o reparadoras ... (p. 112)

La Responsabilidad Medioambiental se enfoca en minimizar el impacto ambiental de las operaciones de la empresa, para lo que se incluyen medidas como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, el uso eficiente de los recursos naturales, la gestión adecuada de los residuos, la promoción de energías renovables y la adopción de prácticas de producción y consumo sostenibles.

Para Fuentes *et.al* (2019), la Filantropía es:

(...) una actitud de vida altruista, altamente empática con el prójimo, promoviendo el voluntariado, la acción social o la caridad en todo aquello que desarrollan tanto en el plano profesional como en el personal... (p. 20)

Entonces, basado en el concepto de Fuentes, la Responsabilidad filantrópica consiste en contribuir voluntariamente a proyectos y programas destinados a mejorar el bienestar de la sociedad y el entorno en el que opera la empresa, como participar en voluntariados de iniciativas sociales, realizar donaciones aprovechando los recursos para el impulso social, mejorar la reputación, fomentar la lealtad de los clientes y atraer talento comprometido con la responsabilidad social.

Para Luque, Coronado y Álvarez *et.al* (2021), la Responsabilidad Económica es:

(...) Aspectos económicos o financieros que afectan y promueven procesos de responsabilidad social empresarial... (p. 40)

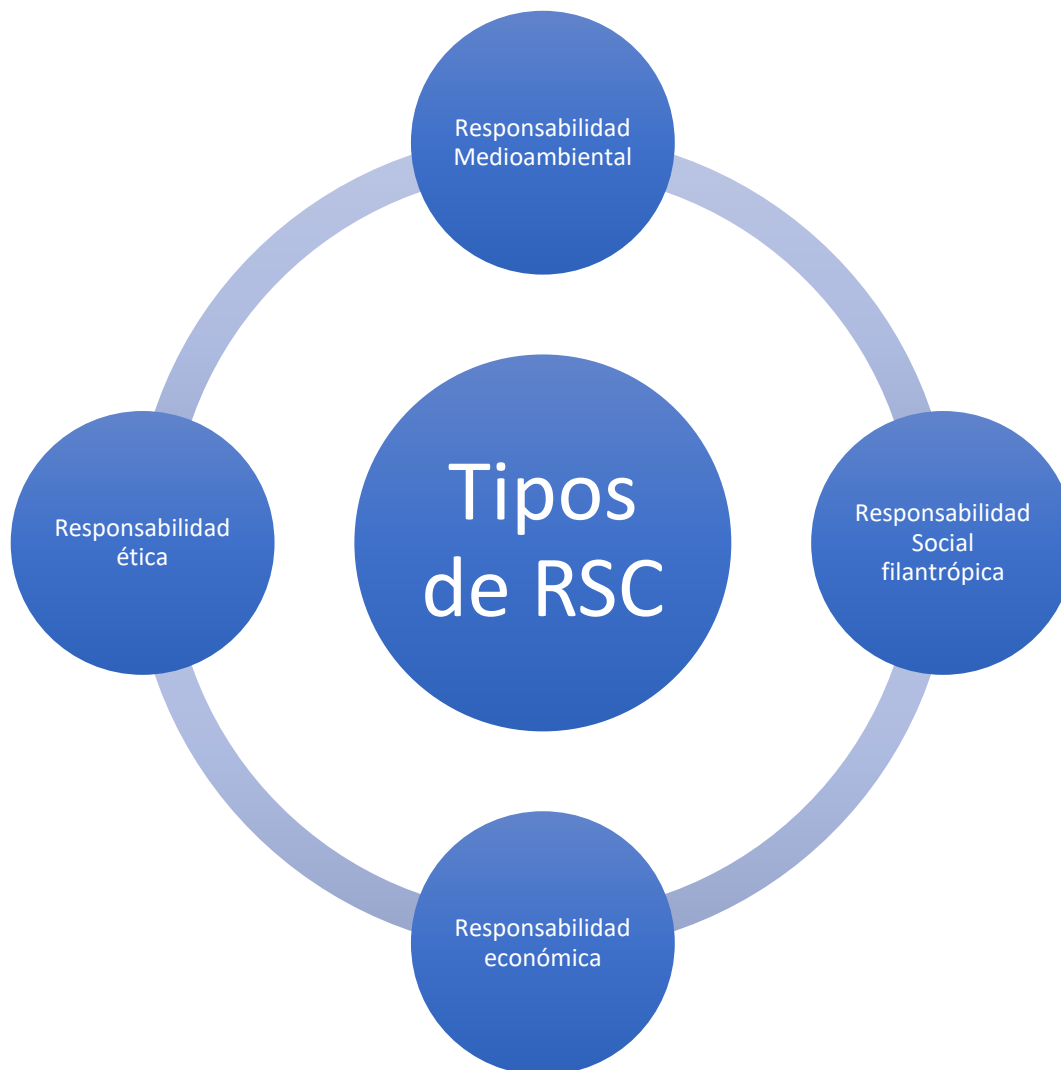
De acuerdo con Luque, Coronado y Álvarez, la Responsabilidad económica es la obligación de las empresas de generar y distribuir el valor económico de la RSC de una manera sostenible y ética, considerando los diversos intereses de los involucrados. Se pueden considerar varios aspectos como la generación de empleo brindando oportunidades de trabajo, cumpliendo con las obligaciones fiscales del país, como el pago de impuestos que se rigen en cada país sin evadirlos y esto implica mantener registros al día, realizando informes financieros claros y transparentes, y cumplir con los estándares contables y financieros requeridos.

Para Polo *et.al* (2018), la Responsabilidad ética es:

(...) como seres humanos percibimos y somos conscientes, en distinto grado, de la existencia y sus condiciones. Y ante tal hecho, damos respuesta, sea con acciones u omisiones. Así, si nos damos cuenta del deterioro del planeta, eso mismo nos exige una respuesta personal y colectiva, por ejemplo, disminuyendo nuestra huella ecológica dejando de comprar productos que sabemos dañan al medio ambiente o quizá dejar de conducir el automóvil determinados días de la semana. Esta responsabilidad ética surge de nuestro mero hecho de existir y ser conscientes del mundo en el que vivimos... (p. 50)

La Responsabilidad ética implica considerar las consecuencias de las acciones en relación con los demás y el entorno, y actuar de manera responsable y consciente para evitar causar daño o perjuicio innecesario, también implica respetar los derechos y la dignidad de las personas, actuar con integridad y honestidad, y cumplir con los compromisos y promesas que se han hecho. Además, la responsabilidad ética también es ser consciente de las implicaciones éticas de las decisiones y acciones que se tomen, y estar dispuesto a asumir la responsabilidad de las consecuencias de acciones, esto implica reconocer que las acciones tienen un impacto en el bienestar de los demás y en la sociedad en general, y que las personas responsables de contribuir al bien común y al desarrollo sostenible.

Figura 18. Tipos de Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Elaboración propia.

Ética Empresarial.

Para Ortiz *et.al* (2019), la Ética Empresarial es:

(...) es la ciencia que define la legalidad y rectitud de las acciones del ser humano. De allí que es perentorio que toda empresa, al ser organizaciones creadas y ocupadas por el ser humano, practique y emplee la ética o conductas éticas en sus instituciones... (p. 79)

La Ética Empresarial son los valores y normas que tienen las empresas, basadas en principios para la toma de decisiones de actividades. Son importantes en toda organización ya que

son consideradas para garantizar las buenas prácticas y también ayudan a definir el enfoque que tiene cada empresa y la influencia de la misma porque promueve mejoras en el clima laboral y el entorno de la empresa. Además, busca promover la integridad, la transparencia, la responsabilidad y el respeto en todas las actividades y relaciones de la empresa.

Figura 19. Ética Empresarial



Fuente: Elaboración propia.

El impacto ambiental

Para Paredes, Uribe y Rosales *et.al* (2021), el impacto ambiental es:

(...) es el conjunto de factores físicos, sociales, culturales y estéticos en relación con el individuo y la comunidad, es decir el medio natural y el medio social, destacando dos aspectos:

- El eco biológico, principalmente orientado hacia los estudios de impacto físico o gebiofísico,

- El humano, que contempla los factores socioculturales y económicos... (p. 71)

El impacto ambiental hace referencia a los efectos que las actividades humanas tienen sobre el medio ambiente, incluyendo los ecosistemas naturales, los recursos naturales y la biodiversidad. Estas actividades pueden ser tanto individuales como colectivas, y abarcan diversos sectores como la industria, la agricultura, el transporte, la construcción y el consumo de energía. Este impacto puede manifestarse de diferentes maneras y tener consecuencias negativas para el medio ambiente.

Desarrollo Sostenible.

Para Trejo *et.al* (2021), el desarrollo sostenible es:

(...) la capacidad de satisfacer las necesidades humanas presentes, sin comprometer las posibilidades de satisfacer las necesidades futuras, tanto de las próximas generaciones, como de las actuales... (p. 1)

El Desarrollo Sostenible hace referencia al enfoque que busca satisfacer las necesidades actuales de la sociedad sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Este concepto fue popularizado por el informe "Nuestro Futuro Común" de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas en 1987.

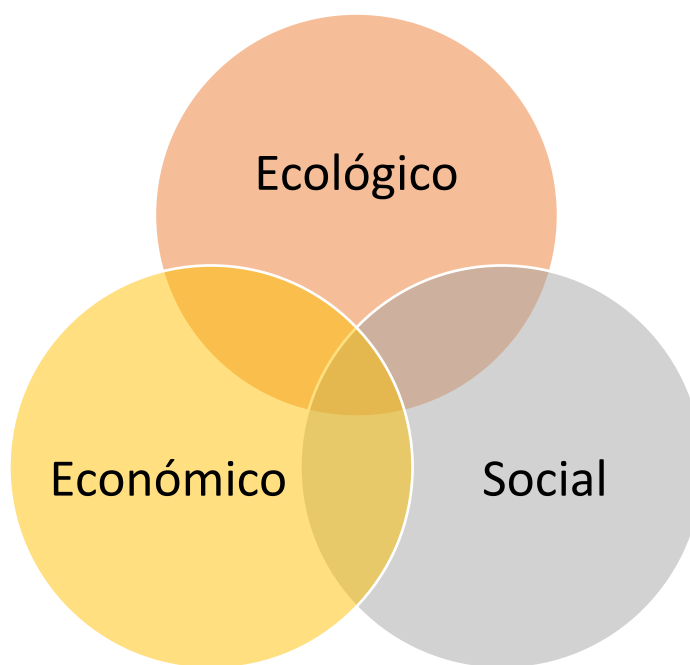
El Desarrollo Sostenible se basa en tres pilares fundamentales:

- **Desarrollo económico:** Busca promover un crecimiento económico equitativo y sostenible que mejore el bienestar de las personas. Esto implica fomentar la creación de empleo, la innovación tecnológica, el acceso a servicios básicos, la reducción de la pobreza y la promoción de sistemas económicos inclusivos.
- **Equidad social:** Se refiere a garantizar la igualdad de oportunidades y el acceso equitativo a recursos, servicios básicos y derechos humanos. Esto incluye aspectos como la educación, la salud, la vivienda, la igualdad de género, la justicia social y la inclusión de grupos marginados o vulnerables.
- **Conservación ambiental:** Busca proteger y preservar los recursos naturales, los ecosistemas y la biodiversidad. Implica la adopción de prácticas de producción y consumo sostenibles, la mitigación del cambio climático, la conservación de la

biodiversidad, la gestión sostenible de los recursos naturales y la promoción de la resiliencia ambiental.

La relación de esos tres pilares es fundamental para lograr un equilibrio a largo plazo entre el crecimiento económico, el bienestar social y la conservación del medio ambiente. Además, promueve la colaboración entre los sectores público, privado y la sociedad civil, así como la integración de consideraciones ambientales y sociales en la toma de decisiones a todos los niveles.

Figura 20. Pilares del Desarrollo Sostenible



Fuente: Elaboración propia.

Desafíos del Desarrollo Sostenible

Para Trejo *et.al* (2021), el desarrollo sostenible tiene algunos desafíos que deben superarse para lograr que las actividades y proyectos formen parte de un verdadero desarrollo sostenible:

- (...) **Comprensión de la interacción entre la dinámica ambiental y la economía.** Los sistemas ambientales, así como los humanos interactúan de diversas formas, de tal manera que se generan una serie de círculos, bien sean viciosos o virtuosos, en los cuales, las acciones y sus reacciones se dan en ambos sentidos; es decir, tanto afecta la actividad humana a los procesos ambientales, como estos últimos a la economía.

Así, por ejemplo, si el medio ambiente es el escenario para la actividad humana, comprender la interacción entre su dinámica y la economía es una necesidad primordial. Esta interacción afecta directa o indirectamente todos los ámbitos de la actividad económica, en mayor o menor medida.

Posiblemente uno de los ámbitos en que el más influye directamente, es la salud. Las consecuencias en esta de los problemas relacionados con la degradación ambiental, cuestan miles de millones de dólares por año y resultan en mayores gastos, pérdida de ingresos y de productividad.

Pero lo anterior es solo el efecto de una causa; se debe comprender que todo el proceso productivo y de consumo va dejando una huella ambiental en particular. Se debe tener en cuenta que el ser humano es el único que tiene libre albedrío y, por tanto, fuerza de voluntad para transformar su entorno, ya sea en sentido positivo o negativo.

Por lo anterior, se debe tomar conciencia de que toda acción que se haga en contra del medio ambiente, tendrá una reacción de igual magnitud en sentido contrario, hacia nosotros mismos.

Adaptación al cambio climático. Es un hecho demostrado que el clima en el planeta está cambiando. Más allá de las diferentes corrientes de pensamiento que disciernen sobre sus causas, lo cierto es que las condiciones climáticas son significativamente diferentes de las que se tenían hace algunos años, y que seguramente fueron las que se estudiaron en la escuela quienes ya tenemos algunos años más de recorrer este mundo.

Esto debe llevar a pensar en que las soluciones que se tenía antes, y que posiblemente funcionaron entonces, ya no servirán ahora ni mucho menos en el futuro.

La adaptación al cambio climático viene a ser, de esa manera, una especie de urgente necesidad de supervivencia, ya que no se está hablando de cómo será la vida de las generaciones de los próximos siglos, sino de la actualidad, así como de la propia calidad de vida.

En este proceso de supervivencia, es imprescindible aunar esfuerzos creando una fortaleza común con el fin de concentrar y multiplicar los recursos disponibles para implementar una estrategia de adaptación a esta realidad.

Promoción de la participación ciudadana en la gestión ambiental. Una lección clave de años recientes, en materia de desarrollo sostenible, consiste en el papel indispensable que desempeña la participación ciudadana en la buena gestión ambiental.

Podría parecer que este es un tema para abordarse solamente en el ámbito de las políticas públicas. Sin embargo, dados los vertiginosos avances en la tecnología de los medios de comunicación, cada vez es más necesario informar adecuadamente a la sociedad sobre la forma en cómo se desarrollan los proyectos.

Se debe ver lo anterior como parte de una estrategia de gestión de un proyecto, en la cual necesariamente todos tienen que interactuar con la sociedad de la cual se forma parte para lograr con eficiencia el éxito de este. Se tiene aquí, una vez más, otra aplicación clara del modelo de los círculos concéntricos expresado antes.

En consecuencia, si queremos que nuestros proyectos sean sostenibles, debemos implementar un adecuado proceso de socialización de los mismos, adoptando e integrando responsablemente las decisiones que aseguren el acceso abierto a la información ambiental... (p. 14-15)

El desarrollo sostenible enfrenta varios desafíos significativos en su implementación. Como mencionó Trejo, el cambio climático representa una de las amenazas más urgentes para el desarrollo sostenible, el aumento de las temperaturas globales, el aumento del nivel del mar, los fenómenos meteorológicos extremos y otros impactos del cambio climático plantean desafíos para la seguridad alimentaria, el acceso al agua, la infraestructura, la salud y la biodiversidad. La sobreexplotación de los recursos naturales, como los bosques, el agua dulce y los minerales, plantea desafíos para la sostenibilidad a largo plazo. La gestión insostenible de estos recursos puede llevar a la degradación del medio ambiente, la pérdida de biodiversidad y la escasez de recursos esenciales.

También, erradicar la pobreza y reducir las desigualdades económicas y sociales sigue siendo un desafío importante. Muchas personas en todo el mundo todavía viven en condiciones de extrema pobreza y no tienen acceso adecuado a servicios básicos, educación, atención médica y empleo decente. Así como garantizar una buena salud y bienestar para todas las personas implica abordar desafíos como la falta de acceso a servicios de salud, la propagación de enfermedades infecciosas, la malnutrición, la contaminación ambiental y los riesgos para la salud relacionados con el cambio climático.

Estos desafíos y demás requieren una acción global coordinada y un enfoque integral que involucre a los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y la comunidad internacional para abordarlos de manera efectiva y lograr el desarrollo sostenible a nivel mundial.

Figura 21. Desafíos del Desarrollo Sostenible



Fuente: Organización de las Naciones Unidas.

Gestión Ambiental

Para Lahoz *et.al* (2020), la gestión ambiental es:

(...) el conjunto de medidas y acciones encaminadas a lograr la máxima racionalización en el proceso de decisión relativo a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente, basándose en una coordinada información multidisciplinar y en participación ciudadana... (p. 20)

Entonces, la gestión ambiental busca equilibrar las necesidades humanas con la conservación y protección del medio ambiente, promoviendo el desarrollo sostenible y asegurando la calidad de vida tanto para las generaciones presentes y futuras, garantizando un estado saludable a nuestro planeta.

Principios de la Gestión Ambiental

Para Lahoz *et.al* (2020), la gestión ambiental tiene algunos principios que ayudan a regir de una manera correcta la política ambiental:

(...) **Acción preventiva.** Reconoce el deber moral de prevenir el deterioro del medio ambiente. Tiene asimismo en cuenta, la dificultad y el coste que entraña reparar o corregir los daños causados al medio ambiente. El instrumento fundamental para la prevención de los deterioros ambientales son las EIA.

Acción correctiva, o corrección del daño en la fuente. Se deriva de la "acción preventiva", pero se aplica una vez detectado el daño al medio ambiente. En las EIA se evalúan como medidas para minimizar los potenciales deterioros que no pueden evitarse.

Principio de cautela o precaución. Exige que la política se base siempre en conocimientos científicos reconocidos y que peque de prudencia en caso de duda o de información insuficiente.

Quien contamina paga, o principio de causalidad. Corresponde a la prohibición de contaminar y establece que el coste de las medidas adoptadas para prevenir la contaminación debe correr a cargo del potencial responsable de la misma. Evita así falseamientos de la competencia garantizando la internalización de los costes. Dispone asimismo que, cuando se producen daños, el que contamina es responsable de los costes ocasionados, sirviendo de incentivo para confrontar eficazmente la contaminación en la

fuente. Este principio guarda una clara relación con los de "acción preventiva" y "corrección del daño en la fuente". No debe convertirse en otro: "El que paga contamina"

Principio de proporcionalidad. El Tratado de la UE dispone que, a la hora de determinar los objetivos específicos de la política ambiental, deben tomarse en consideración los costes y los beneficios derivados tanto de la adopción de medidas como de su no adopción. Esto implica una proporcionalidad entre las medidas propuestas y su incidencia sobre el medio ambiente, una evaluación coste/eficacia.

Integración de las consideraciones ambientales en todas las áreas. Con especial interés en los dominios de la energía, la industria, el transporte, el turismo, la agricultura y la pesca.

Subsidiariedad. Dispone que las medidas se tomen en el nivel adecuado de acción, y aquí cabe destacar el importante papel de los Ayuntamientos.

Cooperación internacional. Es indispensable la cooperación internacional en la política de gestión de los recursos naturales, en la protección del medio ambiente, en todos sus ámbitos. En el ámbito internacional, las EIA están reguladas por el Convenio de Espoo (Finlandia)... (p. 21)

Estos principios proporcionan una base sólida para el desarrollo e implementación de políticas ambientales efectivas, orientadas a la protección y conservación del medio ambiente de manera equilibrada y sostenible. Con eso, se puede tener una mejora continua en la prevención y control de la contaminación alineada con el impacto que se tiene actualmente y prevenirlo en el futuro.

Figura 22. Principios de la Gestión Ambiental



Fuente: Elaboración propia.

La Agenda 2030

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, adoptada por las Naciones Unidas en 2015, establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que abordan diversas problemáticas globales, como la erradicación de la pobreza, la igualdad de género, la acción climática, la salud y la educación, entre otros, con el fin de avanzar hacia un desarrollo sostenible a nivel global.

Para Cañas *et.al* (2018), la Agenda 2030 es:

(...) una Agenda de vocación claramente transformada que pone en el centro la igualdad y dignidad de las personas y llama a cambiar el estilo de desarrollo, con un respeto claro al medio ambiente... (p. 31)

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Agenda 2030

Dentro de los 17 objetivos que tiene que tiene La Agenda 2030 podemos encontrar:

1. **Fin de la pobreza.** Este objetivo como se menciona en el libro de la CEPAL (2018), menciona que “La pobreza va más allá de la falta de ingresos y recursos para garantizar unos medios de vida sostenibles. Entre sus manifestaciones se incluyen

el hambre y la malnutrición, el acceso limitado a la educación y a otros servicios básicos, la discriminación y la exclusión sociales y la falta de participación en la adopción de decisiones. El crecimiento económico debe ser inclusivo con el fin de crear empleos sostenibles y promover la igualdad.” (p. 15). Podemos ver que La Agenda 2030 reconoce que la pobreza es un problema multidimensional que va más allá de la falta de ingresos. Aborda aspectos como la falta de acceso a servicios básicos, la discriminación, la exclusión social y la vulnerabilidad económica

2. **Hambre cero.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “Necesitamos una profunda reforma del sistema mundial de agricultura y alimentación si queremos nutrir a los 925 millones de hambrientos que existen actualmente y los dos mil millones adicionales de personas que vivirán en el año 2050.” (p. 19). El objetivo es garantizar la seguridad alimentaria, mejorar la nutrición y promover la agricultura sostenible, así como promover una alimentación adecuada y equilibrada.
3. **Salud y bienestar.** Como se menciona en el libro CEPAL (2018), “Para lograr el desarrollo sostenible es fundamental garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos a cualquier edad.” (p. 23). Con este objetivo se busca asegurar que todas las personas tengan acceso a servicios de salud de calidad y promover el bienestar, por ejemplo, con la reducción de la tasa de mortalidad, prevenir enfermedades, apoyo de educación sexual, etc.
4. **Educación de calidad.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “La consecución de una educación de calidad es la base para mejorar la vida de las personas y el desarrollo sostenible” (p. 27). Es importante promover oportunidades de aprendizaje a lo largo de toda la vida y así poder asegurar que todas las personas, sin importar su edad, género, origen étnico, discapacidad o cualquier otra condición, tengan acceso a una educación inclusiva y equitativa de calidad.
5. **Igualdad de género.** Como se menciona en el libro CEPAL (2018), “La igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible.” (p. 31). Es importante trabajar en eliminar la discriminación y violencia de género, además de promover la igualdad de oportunidades para mujeres y niñas en todos los ámbitos de la vida.

6. **Agua limpia y saneamiento.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “La escasez de recursos hídricos, la mala calidad del agua y el saneamiento inadecuado influyen negativamente en la seguridad alimentaria, las opciones de medios de subsistencia y las oportunidades de educación para las familias pobres en todo el mundo. La sequía afecta a algunos de los países más pobres del mundo, recrudece el hambre y la desnutrición.” (p. 35). Con este objetivo se busca garantizar el acceso universal a agua potable segura, el saneamiento adecuado y la gestión sostenible de los recursos hídricos ya que a nivel mundial no es así y parte de la contaminación del planeta tiene que ver con los ecosistemas acuáticos como los ríos y lagos.
7. **Energía asequible y no contaminante.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “La energía sostenible es una oportunidad que transforma vidas, economías y el planeta.” (p. 37). El acceso a energía sostenible y limpia es esencial para el desarrollo económico, la reducción de la pobreza y la mitigación del cambio climático, garantizando el acceso a una energía asequible, confiable, sostenible y moderna.
8. **Trabajo decente y crecimiento económico.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “Para conseguir el desarrollo económico sostenible, las sociedades deberán crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad, estimulando la economía sin dañar el medio ambiente.”. (p. 39). Con este objetivo se busca que las personas tengan acceso a un trabajo digno, donde puedan crecer y desarrollarse como profesionales, de la mano con la igualdad de género y la discriminación.
9. **Industria, innovación e infraestructura.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “Las inversiones en infraestructura (transporte, riego, energía y tecnología de la información y las comunicaciones) son fundamentales para lograr el desarrollo sostenible y empoderar a las comunidades en numerosos países.”. (p. 43). Con este objetivo se busca promover el desarrollo de infraestructuras resilientes, sostenibles e inclusivas, fomentar la industrialización sostenible, y fomentar la innovación y la adopción de tecnologías limpias.
10. **Reducción de las desigualdades.** Este objetivo busca promover la igualdad de oportunidades, reducir la desigualdad dentro y entre países, y garantizar la inclusión social, económica y política de todas las personas, sin importar su género, edad,

discapacidad, origen étnico o cualquier otra condición. Como se menciona en el libro CEPAL (2018), “siguen existiendo desigualdades y grandes disparidades en el acceso a los servicios sanitarios y educativos y a otros bienes productivos.” (p. 47). Además, es necesario promover políticas y marcos regulatorios que aborden las desigualdades y promuevan la inclusión, así como garantizar la disponibilidad de datos desagregados y la monitorización de los progresos realizados, se debe recordar que la reducción de las desigualdades es fundamental para lograr un desarrollo sostenible y construir sociedades más justas y equitativas.

11. **Ciudades y comunidades sostenibles.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “Los problemas que enfrentan las ciudades se pueden vencer de manera que les permita seguir prosperando y creciendo, y al mismo tiempo aprovechar mejor los recursos y reducir la contaminación y la pobreza. El futuro que queremos incluye a ciudades de oportunidades, con acceso a servicios básicos, energía, vivienda, transporte y más facilidades para todos.” (p. 51). Aquí es importante promover el desarrollo urbano sostenible, garantizar el acceso equitativo a servicios básicos, mejorar la calidad de vida de las personas en las ciudades y asegurar la protección del medio ambiente, esto con una mejor planificación, teniendo acceso a servicios básicos, mejora de gestión de los desechos sólidos, etc.
12. **Producción y consumo responsable.** Como se menciona en el libro CEPAL (2018), “El objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación durante todo el ciclo de vida, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida.” (p. 55). Con este objetivo se busca promover la producción y mejoras en consumo sostenibles, reducir la huella ambiental de los sistemas de producción y consumo, y fomentar la eficiencia en el uso de los recursos naturales, puede ser con programas sociales como el de Bandera Azul.
13. **Acción por el clima.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “El cambio climático afecta a todos los países en todos los continentes. Tiene un impacto negativo en la economía nacional y en la vida de las personas, de las comunidades y de los países. En un futuro las consecuencias serán todavía peores.” (p. 58). Este

objetivo busca abordar el cambio climático, promover la mitigación de las emisiones de gases de efecto invernadero, fortalecer la resiliencia de las comunidades frente a los impactos del cambio climático y movilizar recursos financieros para acciones climáticas.

14. **Vida submarina.** Como se menciona en el libro CEPAL (2018), “los océanos del mundo su temperatura, química, corrientes y vida— mueven sistemas mundiales que hacen que la Tierra sea habitable para la humanidad.” (p. 63). Acá se busca conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible, con la conservación de ecosistemas marinos y su protección, el uso sostenible de los ecosistemas marinos, reducir la contaminación marina, etc.
15. **Vida de ecosistemas terrestres.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “La deforestación y la desertificación —provocadas por las actividades humanas y el cambio climático— suponen grandes retos para el desarrollo sostenible y han afectado a las vidas y los medios de vida de millones de personas en la lucha contra la pobreza. Se están poniendo en marcha medidas destinadas a la gestión forestal y la lucha contra la desertificación.” (p. 67)
16. **Paz, justicia e instituciones sólidas.** Como se menciona en el libro CEPAL (2018), “El objetivo 16 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos se centra en la promoción de sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, la provisión de acceso a la justicia para todos y la construcción de instituciones responsables y eficaces a todos los niveles.” (p. 71). Con este se busca promover sociedades pacíficas e inclusivas, garantizar el acceso a la justicia para todos y construir instituciones efectivas, responsables y transparentes. La implementación de metas como la reducción de violencia o crímenes, acceso a la justicia, rendición de cuentas, y otras requieren el compromiso y la colaboración de los gobiernos, las organizaciones internacionales, la sociedad civil y otros actores relevantes.
17. **Alianzas para lograr los objetivos.** En el libro CEPAL (2018) se menciona que “Para que una agenda de desarrollo sostenible sea eficaz se necesitan alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Estas alianzas inclusivas se construyen sobre la base de principios y valores, una visión compartida y objetivos comunes que otorgan prioridad a las personas y al planeta, y son necesarias a nivel

mundial, regional, nacional y local.” (p. 75). Este objetivo busca promover la colaboración entre diferentes actores, incluyendo gobiernos, sector privado, sociedad civil y organizaciones internacionales, para lograr los objetivos de desarrollo sostenible.

Figura 23. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) La Agenda 2030



Fuente: Organización de las Naciones Unidas.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

Enfoque

Enfoque (cualitativo)

Para Hernández *et.al* (2018), la investigación cualitativa estudia:

(...) fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltear” 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 al 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)

Según lo citado y comentado por Hernández *et.al* (2018), la investigación bajo el enfoque cualitativo se apoya en evidencias que van hacia lo que es la descripción profunda, con el objetivo de poder comprenderlo y explicarlo a través de la aplicación de métodos y técnicas derivadas de sus conceptos, según la que se asocie más al tipo de investigación y análisis. Además, es importante consultar datos e investigar previamente para asegurarse de que se tenga información que pueda ser clave y de gran ayuda en el trabajo de investigación.

Diseño (Cualitativo)

Fenomenología Empírica (experiencia compartida. 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. Ver página 551 de Hernández y Mendoza 2018)

También se apoya en la temporalidad (tiempo vivido), espacialidad (espacio vivido), corporalidad (cuerpo vivido) y la comunidad (relación humana vivida).

Este tipo de investigación cualitativa se aplicará de forma tal que las personas puedan compartir opiniones según su experiencia y vivencias, para poder explicar la naturaleza de las cosas. Para el análisis del programa de Responsabilidad Social Corporativo será de mucho apoyo ya que se obtendrán los datos de diferentes personas de la empresa por departamentos y estas tendrán elementos en común, debido a sus experiencias, conocimientos y vivencias.

Investigación Acción (se indaga al mismo tiempo que se interviene) (Comprender y resolver temáticas específicas de una colectividad vinculadas a un ambiente, grupo, programa, organización o comunidad. Se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para proyectos, procesos y reformas estructurales. Cambio social, transformación de la realidad y que las personas tomen conciencia de su papel en el proceso de transformación: observar, pensar y actuar hasta que todo quede resuelto) (ver p. 554 Hernández y Mendoza)

Con este tipo de investigación cualitativa, se podrá obtener datos que ayuden a la toma de decisiones, mejoras y guíen en el programa de Responsabilidad Social Corporativo. Las personas involucradas diariamente en este tipo de programa tienen un papel importante para que los colaboradores tomen conciencia de la importancia del mismo y el impacto que tiene en la empresa, en el país, en la sociedad y a nivel mundial. Además, este tipo de investigación implica la participación activa para resolver, modificar, mejorar y transformar dicho programa.

Población y Muestra

Población

La población para analizar el programa de Responsabilidad Social Corporativo durante el segundo cuatrimestre del año 2023, serán todos colaboradores que trabajen en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica, un total de 180 personas. Este número puede variar debido a nuevas contrataciones, despidos o renunciaciones, es por eso que se definirá durante el segundo cuatrimestre del año 2023. La población ayudará a determinar la muestra y así obtener las conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados obtenidos.

Muestra

La muestra de la población analizar el programa de Responsabilidad Social Corporativo, serán los colaboradores que trabajen en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica y que cumplan ciertas características, como los que formen parte del departamento de Recursos Humanos, del comité de Bandera Azul, del comité de Salud Ocupacional y del comité de Proyectos Internos. La cantidad de personas, limitantes y características como el rango de edad, se definirá durante el segundo cuatrimestre del año 2023

MUESTRA CUALITATIVA

El tipo de muestra cualitativa que se va a elegir para analizar el programa de Responsabilidad Social Corporativo es la del tipo por conveniencia (no probabilística), este tipo de muestra se caracteriza por ser rápida y son personas que tienen disponibilidad para ayudar, sin embargo, no todas las personas tendrán la misma probabilidad de ser elegidas para formar parte de la muestra, ya que pertenecen a la población de interés. Para un total de 180 personas que laboran para la empresa Wunderman Thompson Costa Rica durante el segundo cuatrimestre del año 2023, se obtiene una muestra de 124 personas con un margen de error de 5 y un nivel de confianza de un 95% para aplicar la encuesta y un total de 6 personas para la entrevista dirigida a las jefaturas.

Tabla 1. Entrevistados, puesto y razón

Entrevistado	Puesto	Razón
No 1	Director de Recursos Humanos	Más de 15 años de experiencia en Recursos Humanos y Gerencia.
No 2	Director Regional de Operaciones Administrativas	Encargado de mantener comunicación, dar seguimiento a los objetivos y participar en los proyectos internos. Más de 20 años de experiencia.
No 3	Director de Tecnología	Encargado del departamento de tecnología con más de 10 años de experiencia liderando proyectos.
No 4	Director de Finanzas	Líder en procesos óptimos para lograr los objetivos en el área de finanzas.
No 5	Directo de Gerentes de proyectos	Líder en procesos óptimos para lograr los objetivos, más de seis años apoyando al comité de responsabilidad social de la empresa.
No 6	Director de <i>Marketing</i>	Experto en comunicaciones estratégicas.
No 7	Director de Contenido y Control de calidad	Experto en comunicaciones estratégicas.

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO DE VARIABLES/ EN FORMATO HORIZONTAL

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	SUBINDICADOR	DEF. CONCEPTUAL	DEF. OPERACIONAL	INSTRUMENTALIZACIÓN
Estudiar el programa actual de Responsabilidad Social que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.	Programa de Responsabilidad Social.	Características del programa de responsabilidad social. Programa de responsabilidad social aplicado actualmente.	Planeamiento. Monitoreo. Inclusión social. Participación de los empleados. Relaciones con terceros.	Para el BSR (2019): “La administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa” (p. 25)	Ser individuos responsables	De la pregunta 9 a la pregunta 10
Identificar el grado de conocimiento que tienen los colaboradores sobre el programa de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.	Grado de conocimiento.	Importancia del código de ética. Desarrollo de la participación de los empleados. Promoción de los programas de responsabilidad social.	Procesos. Comunicación. Resultados. Comunicación.	Para Platón (1837, clásico): “Es el conocimiento una participación en las Ideas, las que concebía como los seres reales”	Estudiar resultados obtenidos.	De la pregunta 5 a la pregunta 14
Determinar si los colaboradores conocen los aportes del programa de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica.	Aportes o beneficios del programa de Responsabilidad Social.	Valores. Beneficios.	Resultados. Actividades. Charlas. Ayuda social.	Para Drucker (1984, clásico): “el beneficio no era solo económico, sino también social. Las empresas deben generar beneficios económicos para sobrevivir, pero también deben crear valor para los clientes, empleados y la sociedad en general.”	Conocer los beneficios y aportes.	De la pregunta 16 a la pregunta 17

Para el grupo de enfoque, se utilizaron las siete personas encargadas de las jefaturas de la empresa, con el fin de que se lograra obtener más detalles en la percepción y el conocimiento que tienen los colaboradores del programa de Responsabilidad Social Corporativo de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica durante el segundo cuatrimestre del año 2023. Dentro de las preguntas que se les hicieron, se encuentran el concepto del RSC, el conocimiento de los aportes que tiene el programa dentro de la empresa, la razón por la cual la mayoría de los colaboradores no se involucran en los comités y su aporte para motivar a que formen parte.

Proceso de recolección de datos (ambos tipos de investigación)

La recolección de datos es la etapa final del proceso del trabajo de investigación, siendo esta la encargada de identificar las variables que se piensan afecta al objeto de estudio, así se logrará desarrollar las respectivas conclusiones y recomendaciones. Sin embargo, es importante considerar que para a la recolección de datos se deben crear primero los objetivos de investigación, ya que a partir de estos se crea la herramienta para aplicarla a una muestra.

Fuentes de Información (T1) (ambos tipos de investigación)

Fuente Primaria

Para Hernández *et.al* (2018), las fuentes primarias son:

(...) puede referirse a nuestro problema de investigación, pero no sernos útil porque no enfoca el tema desde el punto de vista que pretendemos establecer, se han realizado nuevos estudios que han encontrado explicaciones más satisfactorias, invalidado sus resultados o desaprobado sus conclusiones, se detectaron errores de método, o porque se realizaron en contextos completamente diferentes al de nuestra investigación, etc.... (p. 57)

Las fuentes primarias son las que usamos de referencia en materiales históricos o literarios, es decir, al utilizar revistas (pueden ser científicas y de entretenimiento), periódicos, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas. Y aparte de esto, también se considera como fuente primaria los datos recolectados de las personas que han sido entrevistadas.

Fuente Secundaria

Para Hernández *et.al* (2018), las fuentes secundarias:

(...) consisten en resúmenes, compilaciones o listados de referencias, o sea, información ya procesada... (p. 57)

Las fuentes secundarias son conocidas como las de “segunda mano”. Ya que son creadas y basadas en información tomada de las fuentes primarias. Por ejemplo, enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones. Al ser las secundarias una interpretación de las primarias, se encuentran en ellas cita referentes a autores y escritores.

Las fuentes que se han utilizado han sido de libros entre el año 2018 y 2023, así como tesis internacionales y nacionales. Dentro de los trabajos de investigación consultados, hay algunos de bachillerato, licenciatura, doctorados y maestrías. Sin embargo, para temas como normas son libros actualizados en su última versión como por ejemplo la ISO 26000 que fue actualizada en el año 2010.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas con la muestra de investigación. El capítulo está organizado de la siguiente manera: primero se presenta una tabla que grafica las categorías que emergieron por cada unidad de análisis explorada. Las unidades que se exploraron corresponden a los contenidos de los tres primeros objetivos específicos de la presente investigación.

Una segunda parte se encarga de describir y analizar cada categoría de análisis. Este análisis se hace confrontando lo expresado por las fuentes de información con la teoría que le da el sustento científico al presente estudio. Una vez descritas y analizadas cada una de las categorías se realiza un apartado de interpretación. Este apartado consiste en interrelacionar las categorías para darle respuesta al problema de investigación.

Se utilizó la herramienta Forms de Microsoft 365 para aplicar la entrevista y la encuesta. La encuesta era de 18 preguntas en las cuales se solicitaba información como la edad, el género, el departamento para que el labora en la empresa, el conocimiento que tienen sobre el programa de Responsabilidad Social y sus prácticas internas, etc. Se tuvo una participación de 124 colaboradores y, además, la encuesta se hizo a siete personas a cargo de las jefaturas de la empresa, se consideró dentro de las preguntas el concepto de Responsabilidad Social, acciones que han aplicado para que los colaboradores se involucren en los comités, etc. Todas las preguntas que fueron agregadas tenían la meta de poder cumplir con los objetivos de la investigación y así también poder conocer cuál es la percepción y el conocimiento que tienen los colaboradores del programa de Responsabilidad Social Corporativo de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica durante el segundo cuatrimestre del año 2023. Para el tipo de investigación cualitativa, se utilizaron las entrevistas estructuradas tomando en cuenta los elementos de significado, descripción, especificidad, cambio, sensibilidad.

A continuación, se muestran los datos obtenidos después de aplicar el cuestionario a los 124 colaboradores de la empresa:

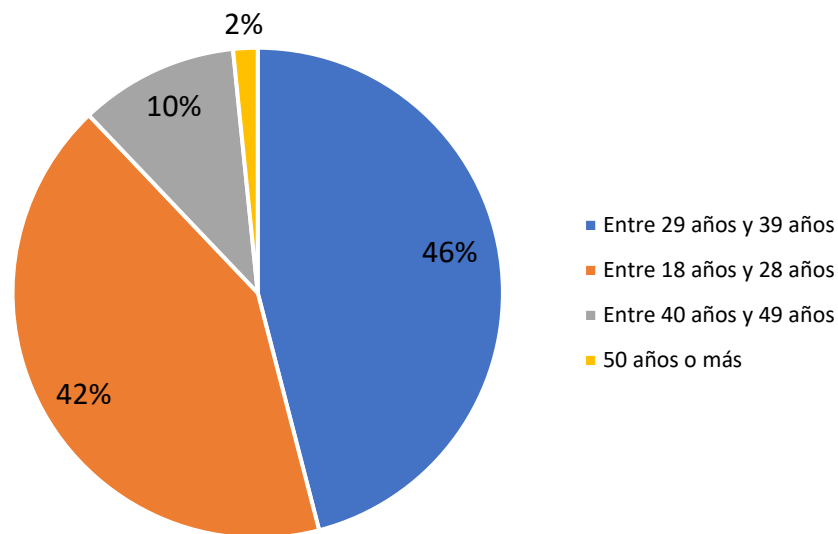
Tabla 2. ¿Cuál es su edad?

Rango de edad de los colaboradores		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Entre 29 años y 39 años	57	46%
Entre 18 años y 28 años	52	42%
Entre 40 años y 49 años	13	10%
50 años o más	2	2%

Fuente: Elaboración propia.

En la primera pregunta, se solicitó seleccionar el rango de edad y se puede notar que el 46% de los encuestados se encuentran entre los 29 y 39 años, y un 42% entre los 18 y 28 años. El rango de edad entre 40 y 49 años corresponde al 10% y por último un 2% representa a las personas entre 50 años o más. Esto significa que más de un 85% de la muestra se encuentra en un rango de edad entre los y 39 años.

Gráfico 1. ¿Cuál es su edad?



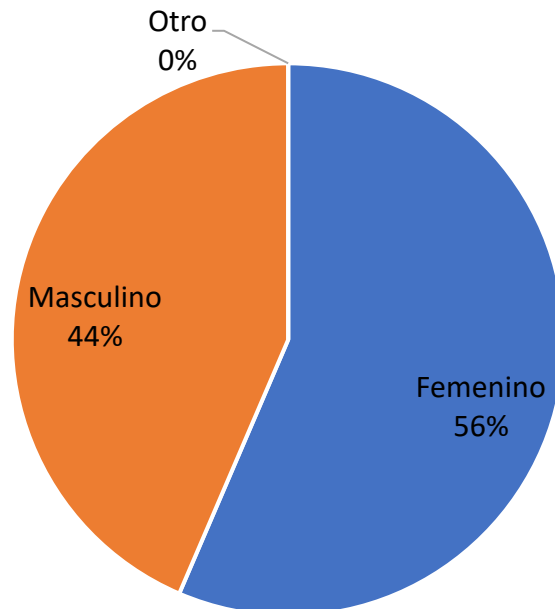
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Género

Género		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Femenino	70	56%
Masculino	54	44%
Otro	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tercera pregunta, se obtuvieron 70 respuestas de mujeres, lo cual equivale al 56% de los encuestados, mientras que el resto equivale a hombres, para un total del 44% de la muestra seleccionada.

Gráfico 2. Género

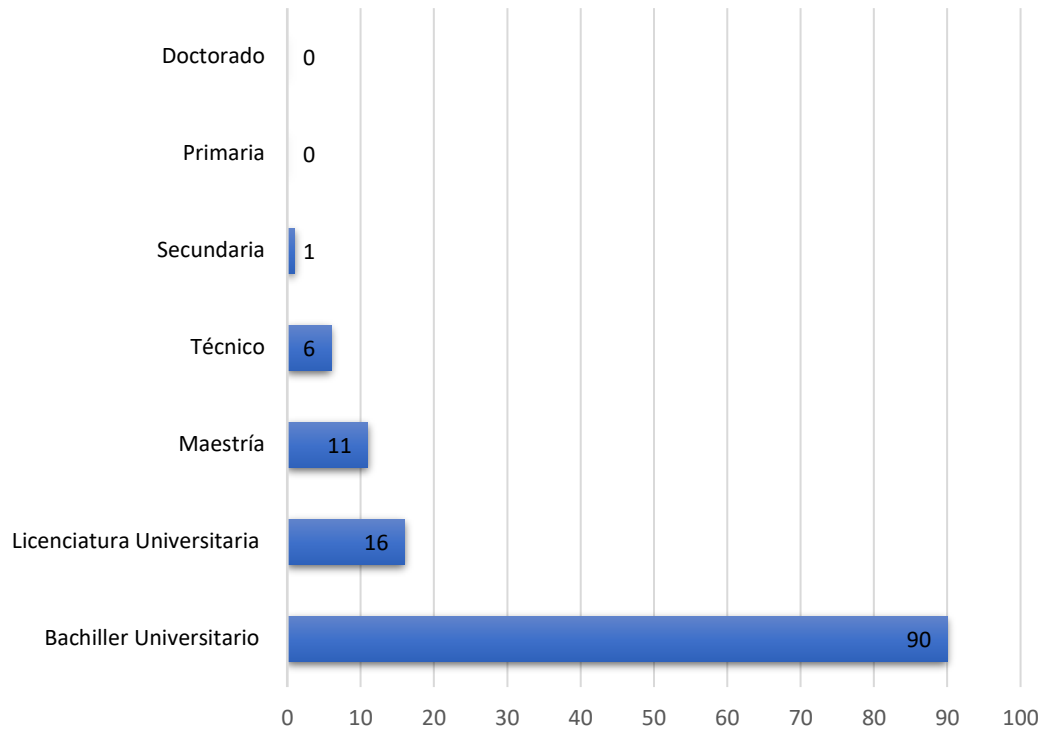
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. ¿Cuál es su nivel de escolaridad finalizado?

Nivel de escolaridad finalizado		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Bachiller Universitario	90	73%
Licenciatura Universitaria	16	13%
Maestría	11	9%
Técnico	6	5%
Secundaria	1	1%
Primaria	0	0%
Doctorado	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tercera pregunta, se obtuvieron de la muestra, que la mayoría tienen un nivel de Bachiller Universitario, el cual corresponde a un 73% que equivale a 90 personas, después de encuentra el nivel de Licenciatura Universitaria con un 13% equivalente a 16 personas, luego está el nivel de Maestría con un 9% lo cual equivale 11 personas de los encuestados, mientras que solamente una persona tiene un nivel de Secundaria y equivale a 1%. Es importante conocer el nivel de escolaridad de la muestra ya que se puede hacer una idea de la educación que tienen ante la sociedad, los valores, la ética, el medio ambiente, etc.

Gráfico 3. Nivel de escolaridad finalizado

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Departamento para el cuál labora en la empresa

Departamento para el cuál labora en la empresa		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Tecnológico (Control de calidad, desarrollo y mantenimiento web)	79	64%
Gerencia	18	15%
Diseño y creatividad	8	6%
Contabilidad y Finanzas	5	4%
Análisis de Datos	5	4%

Soporte técnico y tecnologías de información	4	3%
Recursos Humanos	3	2%
Brands & Communication (Marketing)	2	2%

Fuente: Elaboración propia.

En la cuarta pregunta, se obtuvieron 79 respuestas de colaboradores que trabajan en el departamento Tecnológico (Control de calidad, desarrollo y mantenimiento web) y equivale a un 64% de la muestra. Luego, con un 15% equivalente a 18 respuestas, se encuentran las respuestas del departamento de Gerencia. En el departamento de Diseño y creatividad se obtuvo el 6% de los resultados y ese porcentaje equivale a ocho personas de la muestra. Seguidamente, se encuentran los departamentos de Análisis de datos, y Contabilidad y Finanzas para un total de cinco respuestas en cada uno, equivalente a un 4% de la muestra. También, se encuentra el departamento de Recursos Humanos con un total de tres respuestas para un 2% de los encuestados. Por último, para el departamento de Brands & Communication (Marketing) se obtuvieron dos respuestas que equivalen a un 2% de la muestra seleccionada.

Gráfico 4. Departamento para el cuál labora en la empresa

Fuente: Elaboración propia.

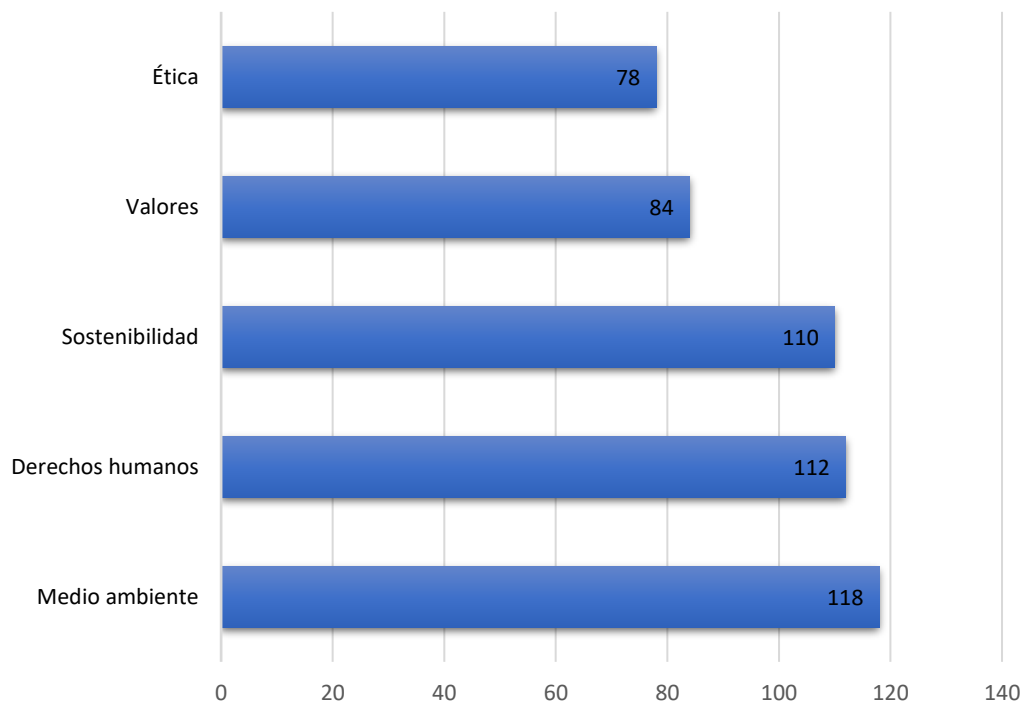
Tabla 6. ¿Con cuál o cuáles de las siguientes opciones asocia usted la Responsabilidad Social?

¿Con cuál o cuáles de las siguientes opciones asocia usted la Responsabilidad Social?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Medio ambiente	118	95%
Derechos humanos	112	90%
Sostenibilidad	110	89%
Valores	84	68%
Ética	78	63%

Fuente: Elaboración propia.

En la quinta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados de opciones múltiples. Del total de la muestra 118 personas seleccionaron que relacionan la Responsabilidad Social con el medio ambiente, seguidamente hay 112 personas que lo relacionan con Derechos Humanos. También, 110 personas relacionan con Sostenibilidad la RS. Seguidamente, 84 personas de los encuestados, relacionan los valores con la Responsabilidad Social y por último, un total de 78 personas lo relacionan con ética.

Gráfico 5. ¿Con cuál o cuáles de las siguientes opciones asocia usted la Responsabilidad Social?



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. ¿Cuáles prácticas internas de Responsabilidad Social tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?

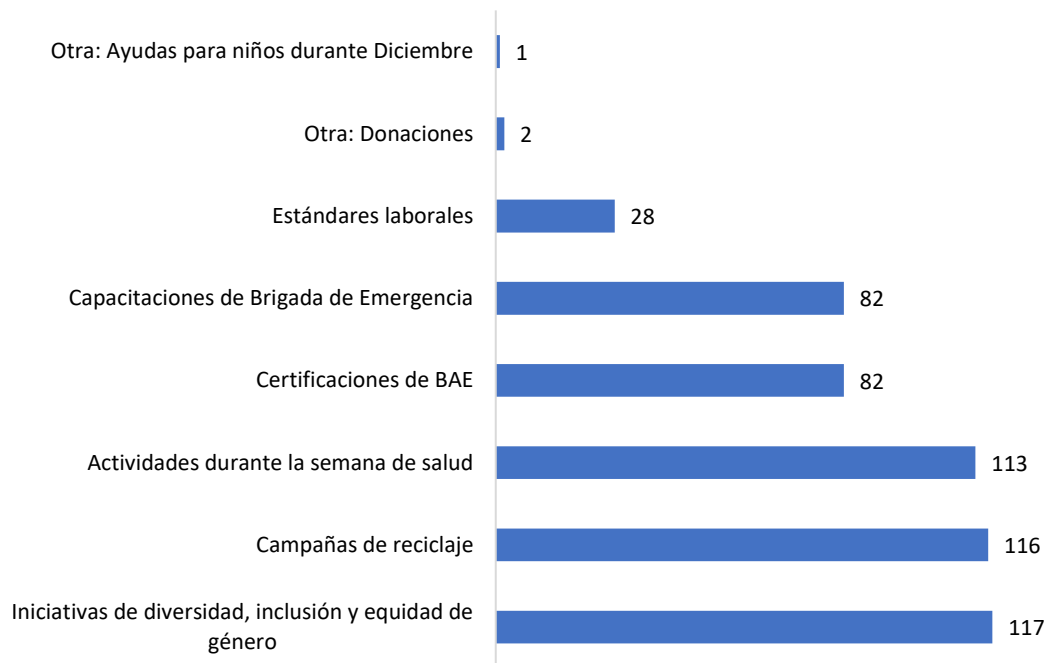
Prácticas internas de Responsabilidad Social tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Iniciativas de diversidad, inclusión y equidad de género	117	94%
Campañas de reciclaje	116	94%
Actividades durante la semana de salud	113	91%
Certificaciones de BAE	82	66%
Capacitaciones de Brigada de Emergencia	82	66%
Estándares laborales	28	23%
Otra: Donaciones	2	2%
Otra: Ayudas para niños durante Diciembre	1	1%

Fuente: Elaboración propia.

En la sexta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados de opciones múltiples, por lo que se puede ver cuáles son las prácticas internas que conocen la muestra tomada de la población sobre las prácticas internas que tiene la empresa. La práctica de Iniciativas de diversidad, inclusión y equidad de género es la que más conocen y 117 personas la seleccionaron, después se encuentran las campañas de reciclaje con 116 personas. Luego, 113 personas conocen la práctica interna de actividades durante la semana de salud, también 82 personas seleccionaron las opciones de Certificaciones de BAE y Capacitaciones de Brigada de Emergencia. Además, las Estándares laborales solo fueron seleccionadas por 32 personas. La muestra agregó en la opción de otros lo que es donaciones y ayudas a niños durante diciembre, pero estas con prácticas externas de la

empresa que se analizarán en la pregunta número 9. El conocimiento de estas prácticas es fundamental para lograr cumplir uno de los objetivos establecidos en esta investigación.

Gráfico 6. ¿Con cuál o cuáles de las siguientes opciones asocia usted la Responsabilidad Social?



Fuente: Elaboración propia.

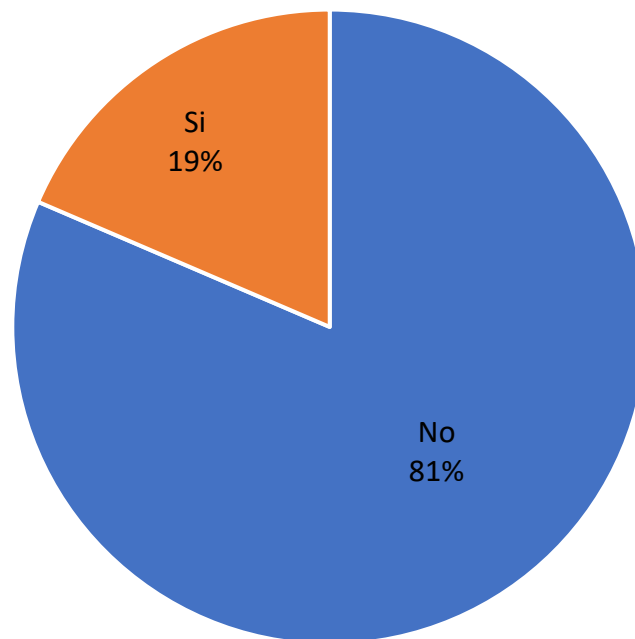
Tabla 8. ¿Tiene conocimiento de las acciones Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?

Acciones Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
No	101	81%
Si	23	19%

Fuente: Elaboración propia.

En la séptima pregunta, se obtiene como resultado de la muestra, que un 81% de los encuestados no conocen las acciones de Responsabilidad Social que se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica. Por ende, solamente un 19% las conocen. Este resultado ayudará a lograr cumplir uno de los objetivos establecidos en esta investigación, además, es importante que los colaboradores conozcan estas acciones porque contribuyen a la transparencia, la reputación, la competitividad, el cumplimiento normativo, la gestión de riesgos, etc.

Gráfico 7. ¿Tiene conocimiento de las acciones Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. ¿Tiene conocimiento de las acciones Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?

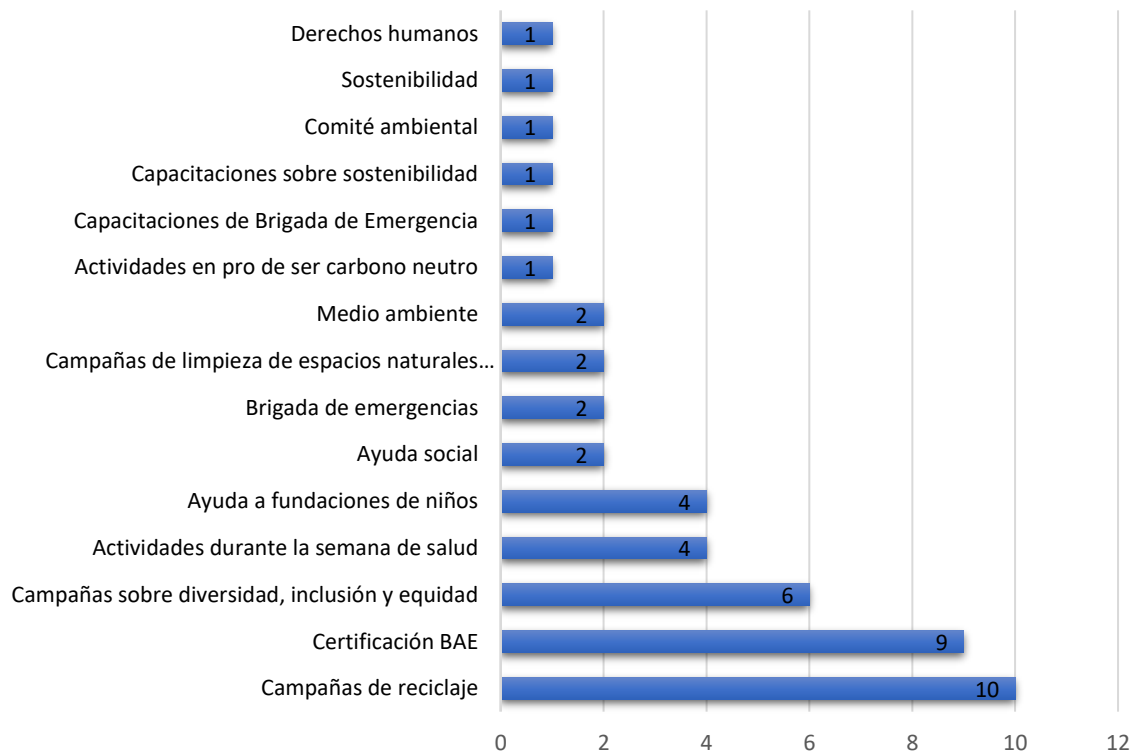
Conocimiento de las acciones Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Campanñas de reciclaje	10	8%
Certificación BAE	9	7%
Campanñas sobre diversidad, inclusión y equidad	6	5%
Actividades durante la semana de salud	4	3%
Ayuda a fundaciones de niños	4	3%
Ayuda social	2	2%
Brigada de emergencias	2	2%
Campanñas de limpieza de espacios naturales (ríos/playas/etc.)	2	2%
Medio ambiente	2	2%
Actividades en pro de ser carbono neutro	1	1%
Capacitaciones de Brigada de Emergencia	1	1%
Capacitaciones sobre sostenibilidad	1	1%
Comité ambiental	1	1%
Sostenibilidad	1	1%
Derechos humanos	1	1%

Fuente: Elaboración propia.

En la octava pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados de opciones múltiples, se puede observar que las personas que marcaron la opción “Si” de la pregunta número 7, ya que se

busca obtener una lista de las acciones de Responsabilidad Social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica. De la muestra obtenida de 124 personas, solamente 23 personas aportaron esta información. Se obtuvo que diez personas conocen las acciones de las campañas de reciclaje, nueve personas conocen las certificaciones de BAE (Bandera Azul), seis personas conocen las acciones de las campañas sobre diversidad, inclusión y equidad, también existen cuatro personas que conocen de la ayuda a fundaciones que hace la empresa y las actividades durante la semana de salud. De los resultados obtenidos, dos personas mencionaron conocer las acciones de medio ambiente, ayuda social, brigada de emergencias y campañas de limpieza de espacios naturales (como los ríos y playas). Y por último, una persona mencionó que conoce las acciones de las capacitaciones de Brigada de Emergencias, capacitaciones sobre sostenibilidad, actividades en pro de ser carbono neutro, comité ambiental, sostenibilidad y derechos humanos.

Gráfico 8. ¿Cuáles las acciones responsabilidad social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?



Fuente: Elaboración propia.

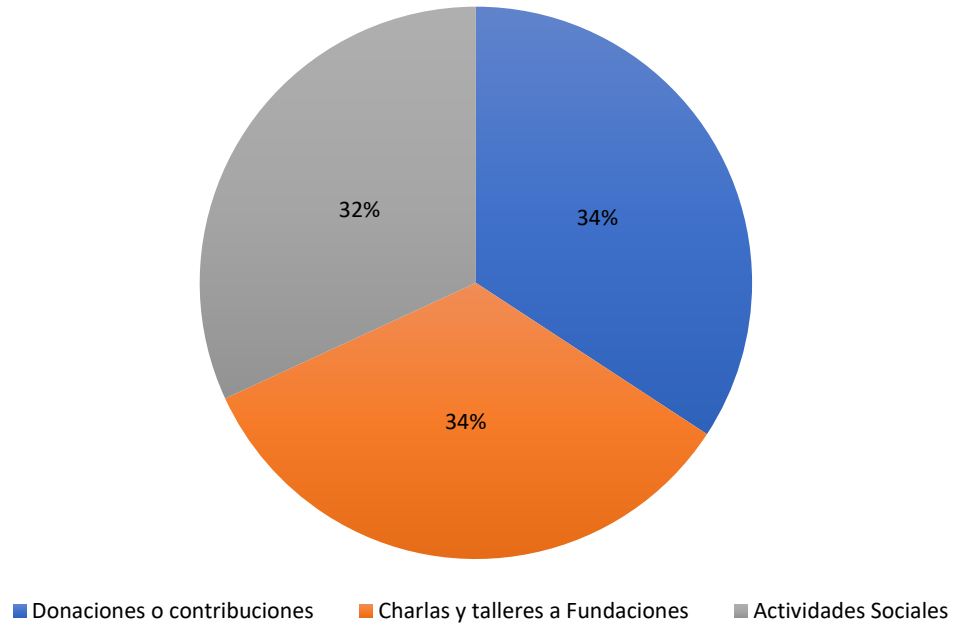
Tabla 10. ¿ Cuáles prácticas externas conoce usted que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica para mejorar su relación con la comunidad?

Prácticas externas que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica para mejorar su relación con la comunidad		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Donaciones o contribuciones	102	82%
Charlas y talleres a Fundaciones	101	81%
Actividades Sociales	95	77%

Fuente: Elaboración propia.

En la novena pregunta, con una opción múltiple de algunas prácticas externas que tiene la empresa, de la muestra obtenida se logra saber que el 82% conocen las prácticas de donaciones o contribuciones, también un 81% conocen sobre las charlas y talleres a fundaciones y además un 77% conocen sobre las actividades sociales. Es importante mencionar que estas prácticas se refieren a las acciones que las empresas y organizaciones llevan a cabo en beneficio de la comunidad y el entorno.

Gráfico 9. ¿ Cuáles prácticas externas conoce usted que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica para mejorar su relación con la comunidad?



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. ¿Conoce usted los programas de Responsabilidad Social que tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?

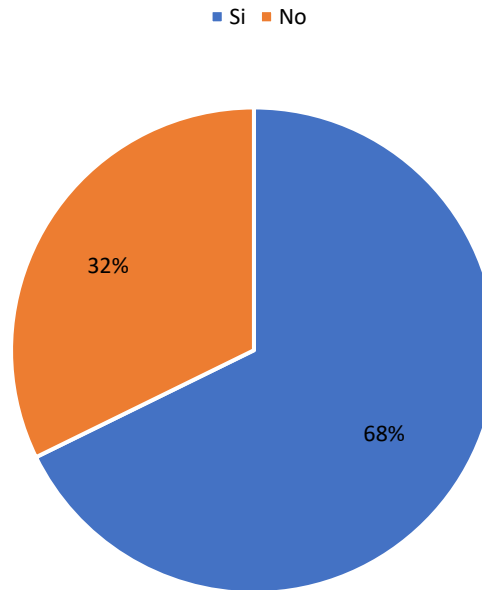
¿Conoce usted los programas de Responsabilidad Social que tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	84	68%
No	40	32%

Fuente: Elaboración propia.

En la décima pregunta, hay un 32% de la muestra de la población que no conoce los programas de Responsabilidad Social que tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica, es un número que se podría bajar aún más ya que solo el 68% lo conoce. Si bien es

cierto, no existe un porcentaje ideal específico para determinar cuántos empleados deben conocer los programas de Responsabilidad Social de una empresa, es recomendable que la empresa se esfuere por alcanzar la mayor difusión posible en sus colaboradores.

Gráfico 10. ¿Conoce usted los programas de Responsabilidad Social que tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. ¿Cuáles son los comités que participan activamente en los programas de Responsabilidad Social en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?

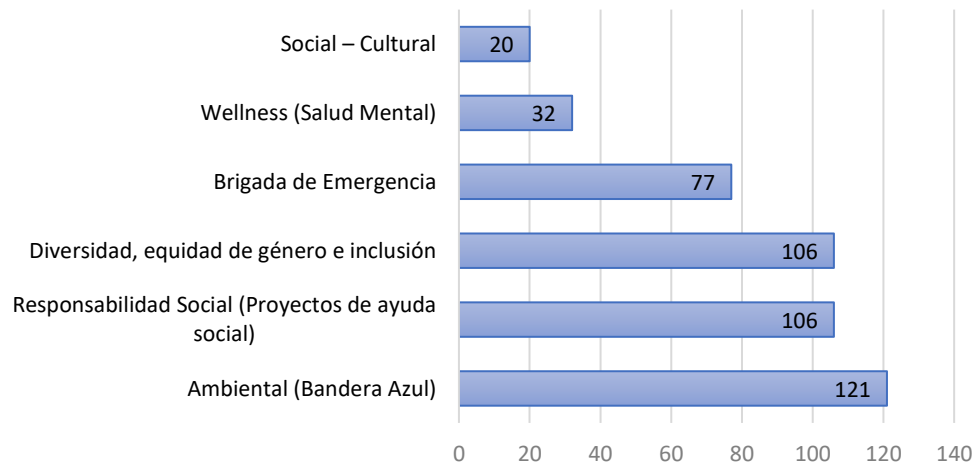
¿Cuáles son los comités que participan activamente en los programas de Responsabilidad Social en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Ambiental (Bandera Azul)	121	98%
Responsabilidad Social (Proyectos de ayuda social)	106	85%

Diversidad, equidad de género e inclusión	106	85%
Brigada de Emergencia	77	62%
Wellness (Salud Mental)	32	26%
Social – Cultural	20	16%

Fuente: Elaboración propia.

En la decimoprimer pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados de opciones múltiples, se puede observar que el comité ambiental es el que más conoce la muestra seleccionada con un 98%, seguidamente están los comités de Responsabilidad Social (Proyectos de ayuda social) y Diversidad, equidad de género e inclusión con un 85%. También, está el comité de Brigada Azul con un 62% el cual está un poco bajo en comparación con los primeros tres mencionados. El comité de Wellness (Salud Mental) tiene un conocimiento de un 26% mientras que el Social – Cultura se muestra como el más bajo con un 16% que equivale a 20 personas. El conocimiento de los comités que tiene la empresa activos actualmente ayudará con el cumplimiento uno de los objetivos establecidos en esta investigación.

Gráfico 11. ¿Cuáles son los comités que participan activamente en los programas de Responsabilidad Social en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?



Fuente: Elaboración propia.

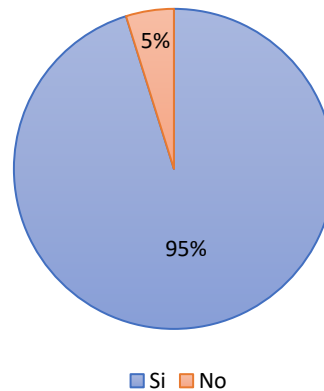
Tabla 13. ¿Considera usted que la empresa Wunderman Thompson Costa Rica debería de invertir tiempo en capacitaciones y promover en que los colaboradores para que formen activamente parte de los comités?

¿Considera usted que la empresa Wunderman Thompson Costa Rica debería de invertir tiempo en capacitaciones y promover en que los colaboradores para que formen activamente parte de los comités?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sí	118	95%
No	6	5%

Fuente: Elaboración propia.

En la decimosegunda pregunta, se puede observar el 95% de la muestra seleccionada considera que la empresa Wunderman Thompson Costa Rica debería invertir tiempo en capacitaciones y promover que los colaboradores formen activamente parte de los comités, mientras que un 5% no lo considera necesario. Las capacitaciones permiten que los colaboradores conozcan y comprendan los principios, objetivos y alcance de la Responsabilidad Social, creando conciencia y sensibilización, lo que puede motivar a los colaboradores a participar activamente.

Gráfico 12. ¿Considera usted que la empresa Wunderman Thompson Costa Rica debería de invertir tiempo en capacitaciones y promover en que los colaboradores para que formen activamente parte de los comités?



Fuente: Elaboración propia.

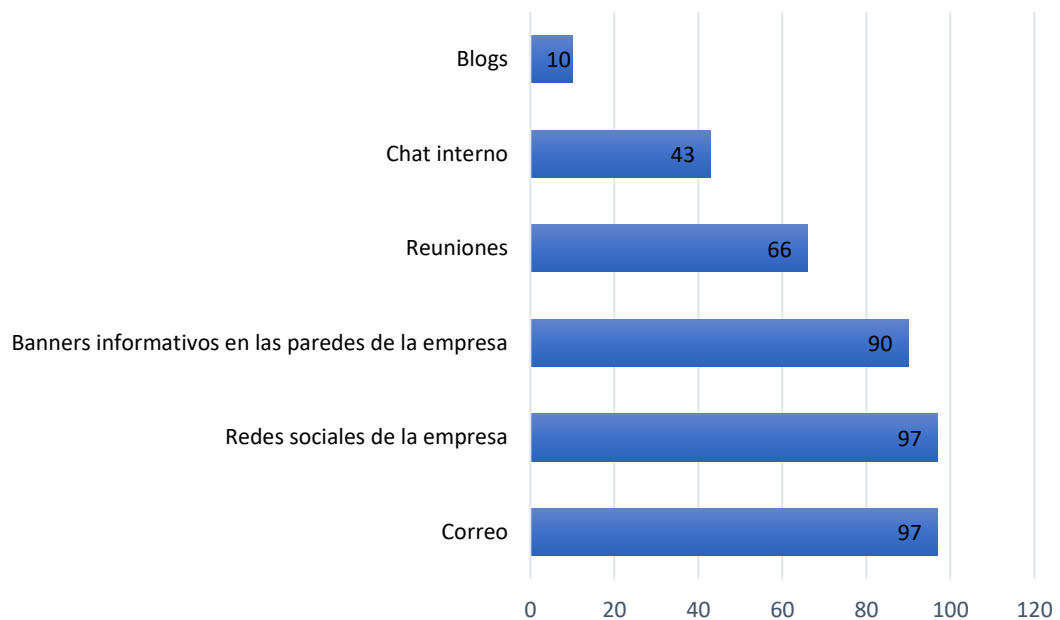
Tabla 14. ¿Cuál o cuáles medios de comunicación considera usted que son mejor o mejores para promocionar los programas de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?

¿Cuál o cuáles medios de comunicación considera usted que son mejor o mejores para promocionar los programas de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Correo	97	78%
Redes sociales de la empresa	97	78%
Banners informativos en las paredes de la empresa	90	73%
Reuniones	66	53%
Chat interno	43	35%
Blogs	10	8%

Fuente: Elaboración propia.

En la decimotercera pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados de opciones múltiples, se puede observar el 78% de la muestra seleccionada considera que los mejores medios de comunicación para que la empresa Wunderman Thompson Costa Rica promocióne sus programas de Responsabilidad Social debería utilizar el correo y las redes sociales de la empresa, también hay un 73% que considera que los Banners informativos en las paredes de la empresa son una buena opción de comunicación. Seguidamente están los comunicados por medio de reuniones con un 53%, el chat interno tiene un 35% y por último el medio de comunicación de los *blogs* tiene un 8%. Estos resultados ayudarán con el cumplimiento de uno de los objetivos establecidos en esta investigación.

Gráfico 13. ¿Cuál o cuáles medios de comunicación considera usted que son mejor o mejores para promocionar los programas de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?



Fuente: Elaboración propia.

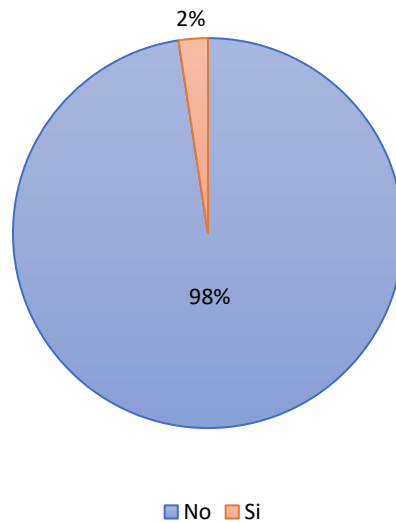
Tabla 15. ¿Conoce usted si existe algún incentivo o motivación para que los colaboradores se incorporen a los programas?

¿Conoce usted si existe algún incentivo o motivación para que los colaboradores se incorporen a los programas?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
No	121	98%
Si	3	2%

Fuente: Elaboración propia.

En la decimocuarta pregunta, se puede observar que el 98% de la muestra seleccionada desconoce la existencia de algún incentivo o motivación para que los colaboradores se incorporen a los programas o dichos comités de la empresa. De igual forma, es importante recordar que es un compromiso voluntario de las empresas para contribuir al bienestar de la sociedad en general, pero se puede incentivar a los colaboradores a ser partícipes de los mismos dándoles a conocer sus beneficios.

Gráfico 14. ¿Conoce usted si existe algún incentivo o motivación para que los colaboradores se incorporen a los programas?



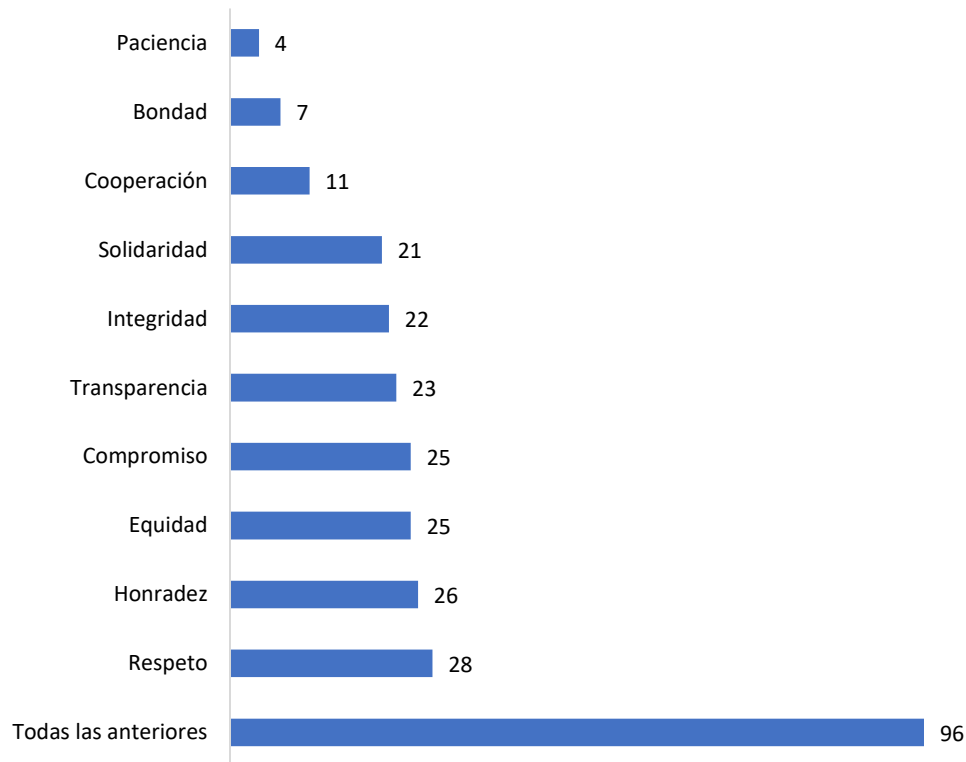
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16. ¿Cuáles considera usted que son los valores que fomenta el código de ética?

¿Cuáles considera usted que son los valores que fomenta el código de ética?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Todas las anteriores	96	77%
Respeto	28	23%
Honradez	26	21%
Equidad	25	20%
Compromiso	25	20%
Transparencia	23	19%
Integridad	22	18%
Solidaridad	21	17%
Cooperación	11	9%
Bondad	7	6%
Paciencia	4	3%

Fuente: Elaboración propia.

En la decimoquinta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados de opciones múltiples, se puede observar que el 77% de la muestra seleccionada considera que todas las opciones fomentan el código de ética. Un 23% considera que el respeto fomenta este valor, así como el de compromiso y equidad con un 20%. Luego sigue el valor de Transparencia con un 19% así como también está el de Integridad con un 18%. El valor de solidaridad obtuvo un 17% de selección como uno de los valores que fomentan la ética. Por otro lado, también está la cooperación, paciencia y bondad con un 9%, 6% y 3% respectivamente. Estos valores y otro más, son fundamentales en la guía de las acciones y decisiones de una empresa en relación con su impacto en la sociedad y el medio ambiente.

Gráfico 15. ¿Cuáles considera usted que son los valores que fomenta el código de ética?

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17. ¿Cómo considera usted que ha sido el impacto de estos programas en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?

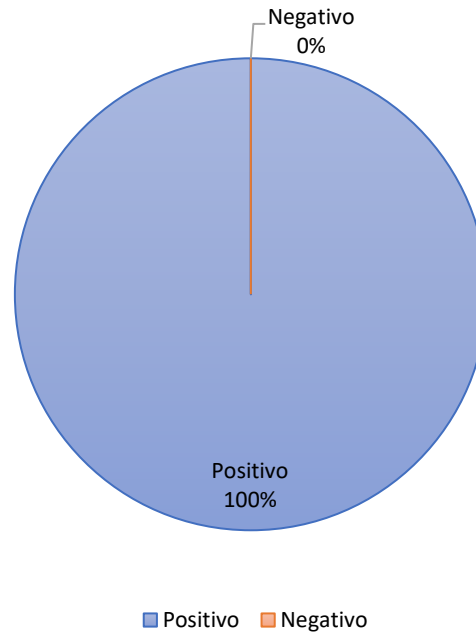
¿Cómo considera usted que ha sido el impacto de estos programas en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Positivo	124	100%
Negativo	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

En la decimosexta pregunta, se puede observar que 100% de la muestra considera que el impacto que han tenido los programas de Responsabilidad Social en la empresa ha sido positivos. Estos programas pueden tener un impacto significativo en la reputación y la imagen de marca de

una empresa, en la atracción y retención de talento, en las relaciones con las partes interesadas, en la gestión de riesgos, en la innovación y en el impacto social y ambiental positivo, etc.

Gráfico 16. ¿Cómo considera usted que ha sido el impacto de estos programas en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?



Fuente: Elaboración propia.

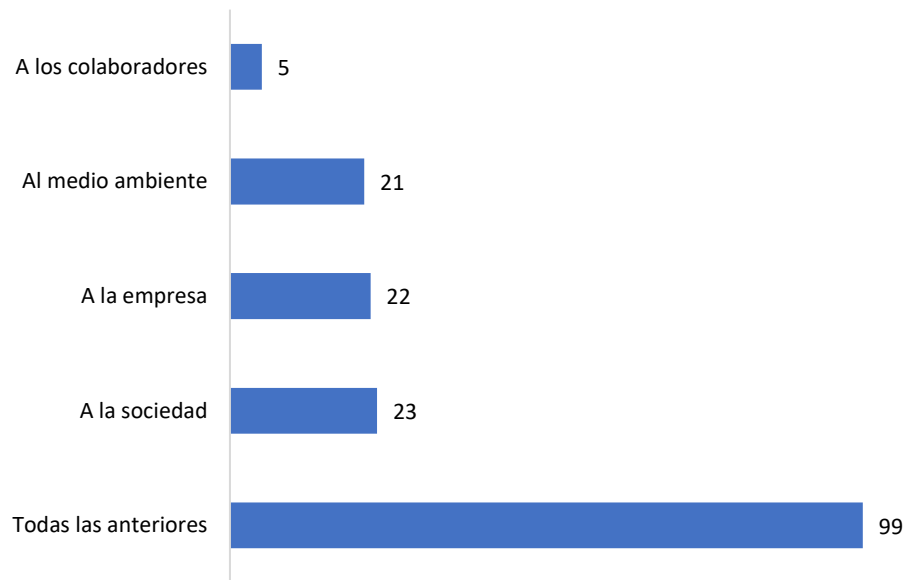
Tabla 18. ¿A quiénes beneficia el programa de Responsabilidad Social?

¿A quiénes beneficia el programa de Responsabilidad Social?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Todas las anteriores	99	80%
A la sociedad	23	19%
A la empresa	22	18%
Al medio ambiente	21	17%
A los colaboradores	5	4%

Fuente: Elaboración propia.

En la decimoséptima pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados de opciones múltiples, se puede observar que el 19% de la muestra considera que los programas de Responsabilidad Social benefician a la sociedad, un 18% considera que benefician a la empresa, un 17% considera que beneficia al medio ambiente y un 4% considera que beneficia a los colaboradores. Pero un 80% considera que beneficia a todas las opciones agregadas y así es, el programa beneficia a todos como empresas, sociedades y personas.

Gráfico 17. ¿A quiénes beneficia el programa de Responsabilidad Social?



Fuente: Elaboración propia.

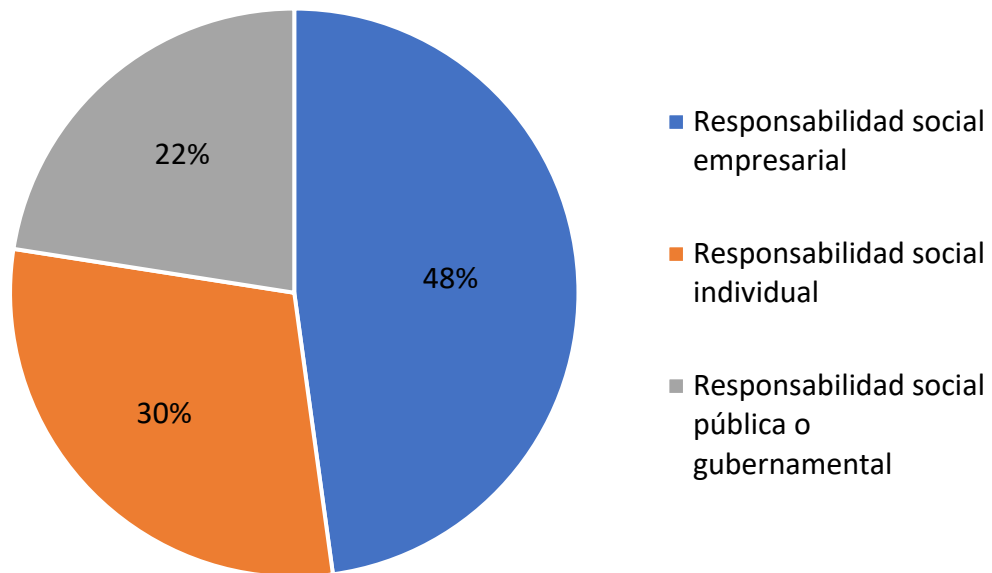
Tabla 19. ¿Cuál o cuáles tipos de Responsabilidad Social conoce usted que existen?

¿Cuál o cuáles tipos de Responsabilidad Social conoce usted que existen?		
Datos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Responsabilidad social empresarial	121	98%
Responsabilidad social individual	75	60%
Responsabilidad social pública o gubernamental	57	46%

Fuente: Elaboración propia.

En la decimoctava pregunta, se puede observar que solo el 57% de la muestra conoce el tipo de Responsabilidad social pública o gubernamental, y el 75% conoce el Responsabilidad social individual, mientras que un 98% conoce el tipo de Responsabilidad social empresarial. Cada una de ellas tiene un papel importante en la Responsabilidad Social y están relacionadas entre sí. Estos resultados ayudarán con el cumplimiento uno de los objetivos establecidos en esta investigación.

Gráfico 18. ¿Cuál o cuáles tipos de Responsabilidad Social conoce usted que existen?



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se muestran los datos obtenidos después de aplicar la entrevista a los 7 encargados de las jefaturas de la empresa:

Tabla 20. Hallazgos de la entrevista aplicada a las jefaturas

Puesto	Hallazgos
Director de Recursos Humanos	Menciona que el programa de Responsabilidad Social dentro de la organización es escoger algunos proyectos y tratar de financiarlos o darles visibilidad. La mayoría de los colaboradores de la empresa no se involucran por falta de tiempo. También, comenta que la participación en un comité es una decisión voluntaria y va ligada a sus intereses y valores, las personas a cargo de los departamentos pueden conversar y darles visibilidad para que el equipo sepa que existen, pero por lo general esa información se dan en las reuniones mensuales. Por otro lado, cree que los colaboradores no tienen conocimiento de los aportes que tiene el programa de Responsabilidad Social y considera que el mejor medio de comunicación para que se enteren de las actividades del programa es por medio de las reuniones y correos.
Director Regional de Operaciones Administrativas	Menciona que el programa de Responsabilidad Social dentro de la organización es escoger algunos proyectos y tratar de financiarlos o darles visibilidad. La mayoría de los colaboradores de la empresa no se involucran por falta de tiempo. También, comenta que la participación en un comité es una decisión voluntaria y va ligada a sus intereses y valores, las personas a cargo de los departamentos pueden conversar y darles visibilidad para que el equipo sepa que existen, pero por lo general esa información se dan en las reuniones mensuales. Por otro lado, cree que los colaboradores no tienen conocimiento de los aportes que tiene el programa de Responsabilidad Social y considera que el mejor medio de comunicación para que se enteren de las actividades del programa es por medio de las reuniones y correos.

<p>Director de Tecnología</p>	<p>Comenta que programa de Responsabilidad Social dentro de la organización tiene que ver son los diversos comités que buscan apoyar causas sociales. Con respecto a la participación de los colaboradores, considera que es por falta de tiempo, inexistencia de un vínculo emocional con las causas y la empresa. A pesar de que no ha hecho nada para motivar a que los empleados de involucren en los comités, está en disposición a colaborar tanto como sea posible. Por otro lado, considera que el mejor medio de comunicación para que se enteren de las actividades del programa es por medio de las reuniones y correos.</p>
<p>Director de Finanzas</p>	<p>Menciona que el programa de Responsabilidad Social dentro de la organización son acciones que realiza la empresa que afectan positivamente a todos. Es importante que los colaboradores se involucren, pero al ser voluntario no es algo que se les puede pedir, ya que hay cuentas dentro de la empresa que tienen mucho trabajo y les cuesta a los colaboradores sacar tiempo para tener una participación. Por otro lado, menciona que no se ha comprometido como debería con la empresa para activar los comités y poder conocer los beneficios de este programa y así compartirlo con las personas del equipo a cargo. El mejor medio de comunicación es por las redes sociales y en las reuniones generales que se tienen mensualmente con los colaboradores, además de los comunicados que se envían por correo.</p>

<p>Directo de Gerentes de proyectos</p>	<p>Menciona que el programa de Responsabilidad Social dentro de la organización es un acuerdo que la empresa hace con la sociedad para hacer un aporte por medio de los colaboradores. Con respecto a la participación de los colaboradores, es difícil a veces fuera de horas laborales poder hacer actividades, tal vez una opción podría ser hacer algunas actividades en horas laborales para que las personas se motiven. La comunicación siempre se hace por medio de correos y reuniones, pero quizás se podría reenviar correos o pedirles a los encargados de los diferentes equipos y departamentos que les recuerden cuando haya una actividad agendada. Además, cree que los colaboradores no tienen conocimiento de los aportes que tiene el programa de Responsabilidad Social ya que solo se abarca por medio de reuniones mensuales, pero se podría subir contenido en las redes sociales o enviar un correo compartiendo fotos y detalles de las actividades realizadas, así como las que están por hacerse.</p>
<p>Director de Marketing</p>	<p>Comenta que el programa de Responsabilidad Social dentro de la organización es un medio a través del cual la compañía ayuda a generar impacto en la comunidad. Con respecto a la poca participación de los colaboradores menciona que una causa puede ser la falta de mayor comunicación sobre la oferta de comités y lo que implica pertenecer a ellos, como sus beneficios. Sin embargo, está abierto a apoyar los comités y colaborar con la comunicación de las actividades por medio del correo, reuniones o en redes sociales, compartiendo el material con los colaboradores.</p>

<p>Director de Contenido y Control de Calidad</p>	<p>Menciona que el programa de Responsabilidad Social dentro de la organización es ayudar a mejorar la sociedad y el ambiente de una manera voluntaria, con la participación de los empleados de las empresas y que sea interna y externa. Con respecto a la participación de los colaboradores, considera que debe ser por falta de tiempo que tiene la mayoría de los empleados de la empresa y además de que no existe una motivación interna ni participación de los altos jerarca. Además, no cree que la mayoría de los empleados conozcan los aportes del programa y el mejor medio de comunicación para que se enteren de las actividades del programa es por medio de las reuniones y correos.</p>
---	---

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Siguiendo los objetivos planteados en esta investigación, se concluye que:

La mayoría de los colaboradores relacionan la Responsabilidad Social con el medio ambiente, derechos y sostenibilidad, mientras que algunos también lo relacionan con valores y ética.

De las prácticas internas que tiene la empresa de la Responsabilidad Social, hay un mayor conocimiento de las iniciativas de diversidad, inclusión y equidad de género, campañas de reciclaje y de las actividades durante la semana de salud, esto es porque son las prácticas más recientes que se han realizado en la empresa con charlas y donaciones.

A pesar de que más del 80% de los colaboradores no conocen las acciones que se aplican actualmente, algunos conocen las campañas de reciclaje, certificaciones BAE (Bandera Azul),

campañas sobre diversidad, inclusión y equidad, actividades durante la semana de salud y ayuda a fundaciones de niños

Muchos colaboradores no conocen los programas de Responsabilidad Social de la empresa y esto es debido a la falta de participación y comunicación.

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

Se considera que es importante que la empresa invierta tiempo en capacitaciones y en motivar a que los colaboradores para que formen activamente parte de los comités.

La participación en comités es una decisión voluntaria pero la mayoría desconocen los beneficios y las acciones del programa que tiene la empresa.

Los mejores medios de comunicación considerados para promocionar los programas de Responsabilidad Social de la empresa son el correo, las redes sociales de la empresa, los *banners* informativos en las paredes de la empresa y por medio de las reuniones mensuales.

Los colaboradores no conocen los beneficios ni a quiénes beneficia los programas de Responsabilidad Social de la empresa.

Recomendaciones

Dar a conocer a los colaboradores el concepto de Responsabilidad Social en todo su entorno empresarial, así como sus tipos, ya que es importante que sepan el beneficio que tiene para todos.

Mejorar la comunicación de las prácticas internas y de las acciones que tiene la empresa ya que los colaboradores solo recuerden las más recientes y olvidan las que se trabajan con la ayuda de los representantes de los diversos comités.

Mejorar los medios de comunicación para promocionar los programas de Responsabilidad Social de la empresa, actualmente se hace por medio del correo y reuniones mensuales, sin

embargo, se sugiere mejorarla por medio de las redes sociales de la empresa y *banners* informativos en las paredes de la empresa.

Informar sobre los programas de Responsabilidad Social de la empresa con la ayuda de las jefaturas, motivando a que los colaboradores tengan una mayor participación y se les pueda comunicar seguido.

Incentivar y motivar la participación en comités de la empresa para que haya una participación activa y también activar los comités menos conocidos como los de Brigada de Emergencia, Wellness (Salud Mental) y Social – Cultural.

Brindar capacitaciones charlas para motivar a que los colaboradores para que formen activamente parte de los comités.

Proponer realizar actividades durante horas laborales ya que es difícil que los colaboradores puedan sacar tiempo después del trabajo o fines de semana, podría ser una forma de motivar a los colaboradores.

Dar a conocer los beneficios de los programas de Responsabilidad Social de la empresa y a quienes beneficia.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Introducción

A partir de los resultados obtenidos, se procede con el desarrollo de la elaboración de una propuesta para generar un impacto positivo por medio de objetivos definidos que van relacionados con las recomendaciones establecidas.

Objetivo General de la Propuesta

Entregar un plan que pueda ser utilizado por la empresa Wunderman Thompson para que los colaboradores conozcan los conceptos, tipos, acciones y beneficios de los programas de Responsabilidad Social que tiene la empresa por medio de charlas y comunicados internos, por medio de redes sociales, correo interno, etc. Además, una propuesta en la mejora de la comunicación interna que tienen para motivar a más colaboradores a formar parte de los comités y mantenerlos activos.

Objetivos específicos de la Propuesta

- Diseñar las charlas con el fin de que los colaboradores conozcan el concepto, tipos, beneficios y a quiénes benefician los programas de Responsabilidad Social.
- Proponer estrategias para ampliar los medios de comunicación internos para maximizar los programas de Responsabilidad Social y las acciones que se aplican en Wunderman Thompson Costa Rica.
- Proponer un programa de concientización dirigido a las jefaturas y miembros de los comités, con el objetivo de analizar los programas que se llevarán a cabo, cuyo propósito será facilitar a los colaboradores la oportunidad de participar activamente en el plan y la ejecución del mismo.
- Brindar el plan de capacitaciones a los miembros de los comités para que puedan participar de una forma activa y promover a los demás colaboradores a formar parte de ellos.
- Dar a conocer los tipos de comités que tiene la empresa con los miembros que los conforman y sus objetivos. Con el fin activar los comités menos conocidos como los de Brigada de Emergencia, Wellness (Salud Mental) y Social – Cultural.

- Diseñar un plan de actividades que pueda ser utilizado durante las horas laborales, que motive a los colaboradores a formar parte de los comités y del mismo modo, los impulse a participar de las mismas.

Charlas para los colaboradores sobre concepto, tipos y beneficios de la RSE

Tabla 21. Charla para los colaboradores sobre Responsabilidad Social (concepto, tipos y beneficios)

Tema	Contenido por tema	Expositor	Duración de la charla
Concepto de Responsabilidad Social	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué significa el concepto de responsabilidad social?. • Definiciones de Responsabilidad Social según la ISO 26000 y la ONU. • Historia de la RSE. 	Experto en el tema	30 minutos
Tipos de Responsabilidad Social	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto de Responsabilidad social individual. • Concepto de Responsabilidad social empresarial. • Concepto de Responsabilidad social pública o gubernamental. • ¿Cómo se aplican? 	Experto en el tema	30 minutos

	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia de cada tipo de Responsabilidad Social. • Ejemplos de cada tipo de Responsabilidad Social. 		
Beneficios de la Responsabilidad Social	<ul style="list-style-type: none"> • Ventajas y desventajas de la Responsabilidad Social. • Ejemplos. 	Experto en el tema	30 minutos

Fuente: Elaboración propia.

Figura 24. Banner informativo sobre Charla sobre concepto, tipos y beneficios de la RSE para los colaboradores.




Responsabilidad Social

- Concepto
- Tipos
- Beneficios
- Beneficiados



TE INVITAMOS A PARTICIPAR DE LA CHARLA

19 de Setiembre, 2023

 3:30pm



Fuente: Elaboración propia.

Con el fin de que los colaboradores conozcan el concepto de Responsabilidad Social, los tipos que existen, los beneficios (así como las ventajas y desventajas) y que conozcan a quiénes benefician estos programas, se propone agendar dos charlas. La tabla de divine en:

- Columna 1: Tema a exponer

- Columna 2: Contenido por tema
- Columna 3: Expositor
- Columna 4: Duración de la charla

Tema a exponer y contenido

En esta columna se anotan los temas que se van a estar desarrollando en las charlas a los colaboradores que estén interesados en participar. Ya que la mayoría de los colaboradores no tienen bien definido el concepto de Responsabilidad Social, desconocen de los tipos de Responsabilidad Social que existen y tampoco saben sobre los beneficios de la Responsabilidad Social. También, dentro de los beneficios se abarcará el tema de las ventajas y desventajas. Estas charlas son de gran importancia para todos ya que son la base para los siguientes temas que serán abarcados más adelante.

Expositor

Para exponer esos temas, se podría buscar un experto en el tema a nivel nacional, que tenga iniciativas para impartir este tipo de charlas, o bien, que alguna persona dentro de la empresa se considere capaz de abarcar esos temas. Pueden ser colaboradores que pertenezcan o no a los comités.

Duración de la charla

Estimación del tiempo que durará la exposición del contenido por tema.

Charla para los colaboradores sobre Responsabilidad Social de Wunderman Thompson (programas, acciones y comités)

Tabla 22. Charla para los colaboradores sobre Responsabilidad Social de Wunderman Thompson (programas, acciones y comités)

Tema	Contenido	Actividades	Expositor	Duración de la charla
Programas de Responsabilidad Social que tiene Wunderman	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto de programas de RSE. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pregunta abierta a los participantes si conocen los programas de 	Líder o algún miembro del comité de	30 minutos

Thompson Costa Rica	<ul style="list-style-type: none"> • Ejemplos de programas de RSE. • Listado de programas de RSE que tiene Wunderman Thompson. • Campañas de BAE (Bandera Azul). • Campañas de reciclaje. • Iniciativas de diversidad, inclusión y equidad de género. • Semana de la salud. • Estándares laborales. • Brigada de Emergencia. 	Responsabilidad Social que tiene la empresa.	Responsabilidad Social	
Acciones de Responsabilidad Social que tiene Wunderman Thompson Costa Rica	<ul style="list-style-type: none"> • Historia de acciones en años anteriores. • Actividades durante el día de la mujer. • Campañas de reciclaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pregunta abierta a los participantes si conocen de alguna acción realizada recientemente. 	Líder o algún miembro del comité de Responsabilidad Social	45 minutos

	<ul style="list-style-type: none"> • Hogares Sostenibles. • Actividades durante la semana de la salud. • Capacitaciones Brigada de Emergencia. • Actividades en el mes Pride. • Actividades campañas contra cáncer de mama. • Actividades campañas sobre el cáncer de próstata. • Donaciones a fundaciones. • Actividades con niños de fundaciones GEMA. • Donaciones de libros a escuelas o fundaciones. 			
Comités del programa de Responsabilidad Social que tiene	<ul style="list-style-type: none"> • Social – Cultural • Ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de los miembros de cada comité y el líder asignado. 	Líder o algún miembro del comité de	30 minutos

Wunderman Thompson Costa Rica	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de ayuda social • Diversidad, equidad de género e inclusión • Salud Mental • Brigada de Emergencia 		Responsabilidad Social	
--	---	--	------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Temas a exponer y contenido

En esta columna se encuentran los temas que se van a estar desarrollando en las charlas a los colaboradores que estén interesados en conocer los programas de Responsabilidad Social que tiene Wunderman Thompson, así como las acciones y los comités que tiene la empresa. Estas charlas son de gran importancia ya que muchos colaboradores en la encuesta desconocen de esto y además hay varios comités que no están activos por falta de voluntarios.

Expositor

Para exponer esos temas, se considera importante que sean impartidos por algún o algunos de los líderes de los comités, ya que cuentan con la información respectiva y además se puede hacer un llamado a los colaboradores que aún no forman parte de los comités y estén interesados en hacerlo.

Duración de la charla

Estimación del tiempo que durará la exposición del contenido por tema.

Figura 25. Banner informativo sobre programas, acciones y comités de Responsabilidad Social que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica

+
WUNDERMAN
THOMPSON

Conoce nuestro programa de RSE

Acompañamos a la charla que tendremos para conocer mas sobre nuestros programas y acciones de Responsabilidad Social.

 26 de Setiembre, 2023
3:00pm

[Reservar Espacio](#)

- Social – Cultural
- Ambiental
- Proyectos de ayuda social
- Diversidad, equidad de género e inclusión
- Salud Mental
- Brigada de Emergencia



Conoce los comités que tiene la empresa

Fuente: Elaboración propia.

Calendario para agendar reuniones con las jefaturas y los miembros de los comités

Es importante que se tenga una serie de reuniones para coordinar futuras acciones y entre los miembros del comité poder planificar con tiempo los medios de comunicación que se utilizarán y los temas a considerar. Para que los comités estén activamente deben estar en constante

comunicación y compartir ideas para poderse apoyar entre todos y ejecutar con éxitos los programas y acciones establecidos, también se debe nombrar a un encargado por tarea y fecha de entrega de la asignación.

Tabla 23. Calendario para agendar reuniones con las jefaturas y los miembros de los comités sobre futuras acciones.

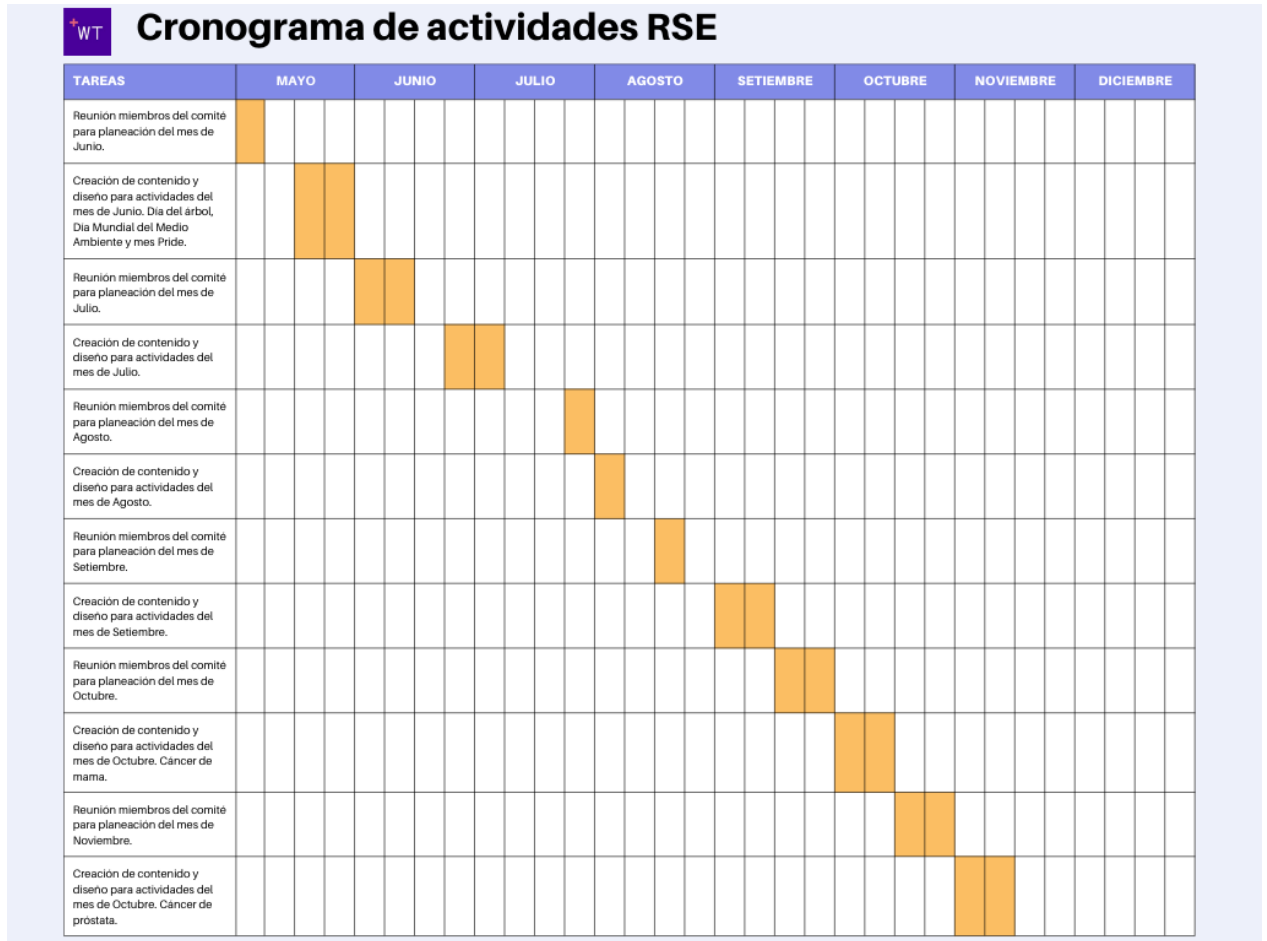
Mes	Contenido	Expositor	Recurrencia de la reunión	Duración de la charla
Enero	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de Febrero. • Análisis de donaciones para fundaciones con la entrada de clases para escuelas y colegios. • Proyectos de ayuda social. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Febrero	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de Marzo. • Día internacional de la mujer. • Propuesta de posible charla a los colaboradores por mujeres reconocidas a nivel nacional o internacional. • Charlas para niñas y adolescentes de fundaciones. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Marzo	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de abril. • Actividades para la semana de la salud como charlas y 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos

	<p>actividades físicas en la oficina.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participación de la persona encargada del seguro médico privado de la empresa para contribuir con una charla. • Actividades para el día del libro. 			
Abril	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de mayo. • Actividades de campañas de reciclaje. • Repaso sobre las certificaciones de Bandera Azul. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Mayo	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de junio. • Actividades para la semana del ambiente. • Actividades para el mes Pride. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Junio	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de Julio. • Actividades para el día de la Anexión de Nicoya. • Planeación de actividades recreativas en la empresa con los colaboradores. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos

Julio	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de agosto. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Agosto	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de setiembre. • Actividades para el día de la Independencia. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Setiembre	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de octubre. • Campañas sobre el cáncer de mama. • Charlas sobre el cáncer de mama. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Octubre	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de noviembre. • Campañas sobre el cáncer de próstata. • Charlas el cáncer de próstata. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de diciembre. • Ayuda a fundaciones o escuelas para fiesta de fin de año de los niños. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos
Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de actividades para el mes de enero. 	Líder del comité de Responsabilidad Social	Una vez al mes	45 minutos

Fuente: Elaboración propia.

Figura 26. Ejemplo de cronograma para agendar reuniones con las jefaturas y los miembros de los comités sobre futuras acciones.

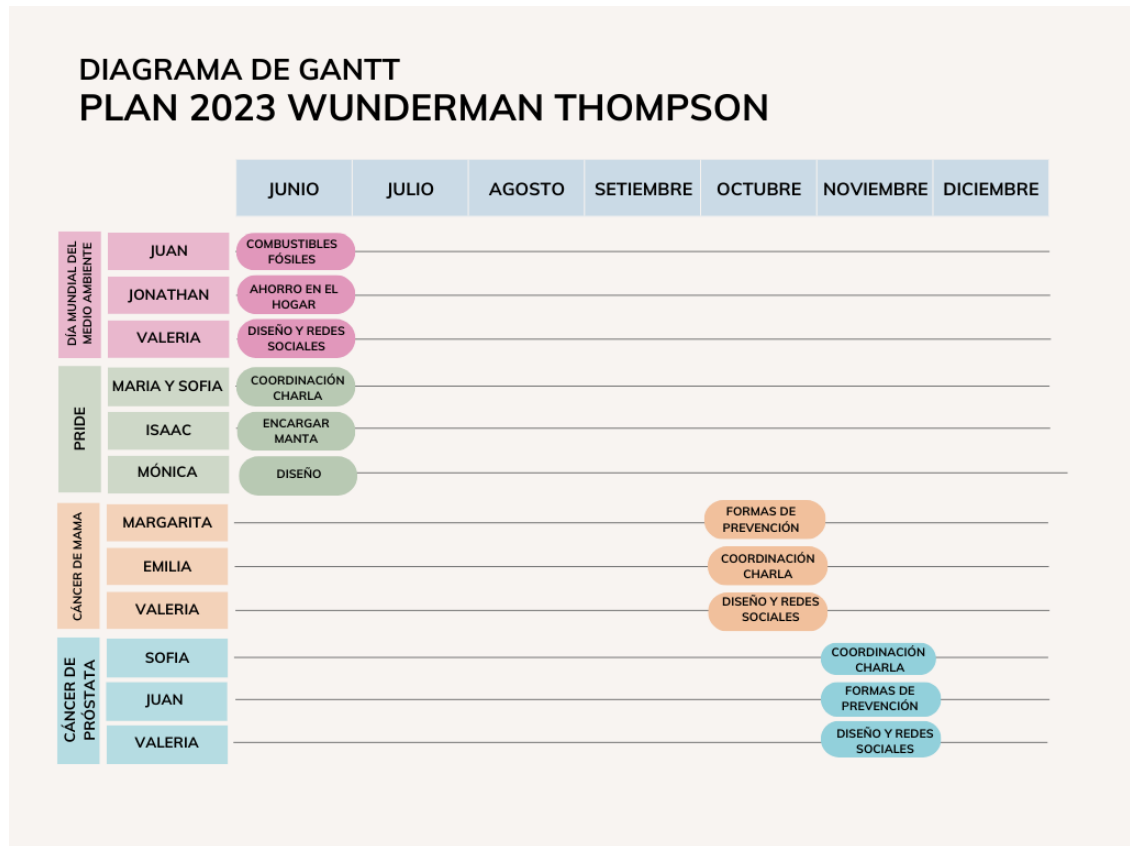


Fuente: Elaboración propia.

Cronograma y asignación de tareas

Se propone tener una lista de asignación de tareas para darle seguimiento a cada actividad que se quiera hacer por parte de los comités, a veces la falta de tiempo provoca que no se completen con éxito las ideas planteadas, pero es importante para la empresa cumplir con los programas y acciones para ser responsables con la sociedad, el ambiente y con todos. Debe haber siempre una planificación del proyecto con un estimado de tiempo, hacer diseños con la lluvia de ideas y decidir cual contenido se utilizará y va a ser el que más llame la atención de los colaboradores. Además, es recomendable en la lista agregar la persona o departamento responsable de cada tarea y la fecha en que debe ser entregada, así como la recurrencia de las reuniones de seguimiento.

Figura 27. Cronograma y asignación de tareas para el año 2023.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24. Cronograma y asignación de acciones para el año 2023.

Mes	Tema	Contenido	Expositor	Duración de la charla
Junio	<ul style="list-style-type: none"> Combustibles Fósiles Ahorro del agua y electricidad en el hogar. 	<ul style="list-style-type: none"> Clasificación de los combustibles fósiles. Beneficios de los combustibles fósiles. 	Experto en el tema	45 minutos

	<ul style="list-style-type: none"> • Compras Sostenibles • Avances y efectos del matrimonio igualitario en Costa Rica • Lenguaje inclusivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo se extraen los combustibles fósiles • ¿Cuál es la importancia de ahorrar agua y energía eléctrica? • ¿Cómo reducir el consumo de agua y energía? • Ejemplos de cómo ahorrar agua y energía eléctrica. • ¿Qué son las compras sostenibles? • ¿Cómo y dónde realizar compras sostenibles? • Cantidad de matrimonios realizados en Costa Rica de personas del mismo sexo. • Derechos adquiridos por las 		
--	---	--	--	--

		<p>personas del mismo sexo que se casan en Costa Rica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el lenguaje inclusivo y ejemplos? • ¿Cómo hablar con lenguaje inclusivo? 		
Octubre	<ul style="list-style-type: none"> • Cáncer de mama 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el cáncer de mama? • ¿Cuáles son los signos y síntomas del cáncer de mama? • Prevenciones • Recomendaciones 	Experto en el tema	45 minutos
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> • Cáncer de próstata 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el cáncer de próstata? • ¿Cuáles son los primeros síntomas de cáncer de próstata? • Prevenciones • Recomendaciones 	Experto en el tema	45 minutos

Fuente: Elaboración propia.

Capacitaciones a los miembros de los comités

La capacitación de los miembros de un comité es fundamental para el éxito porque brindan a los miembros del comité la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y habilidades relevantes para su función, toma de decisiones, resolución de conflictos, comunicación efectiva, entre otras.

También, las capacitaciones también pueden incluir actividades que fomenten el trabajo en equipo y la colaboración. Esto ayuda a los miembros a conocerse mejor, comprender sus fortalezas y debilidades, y trabajar de manera más armoniosa en conjunto, sin embargo, también demuestra a los miembros del comité que su desarrollo profesional y su contribución al grupo son valorados. Esto puede aumentar su motivación y compromiso con el trabajo del comité.

Existen algunos comités donde los miembros deben estar capacitados y conocer del tema, como es por ejemplo el de Brigada de emergencia.

Tabla 25. Capacitaciones para los miembros de los comités.

Comité	Tema	Contenido	Expositor	Duración de la charla
Brigada emergencia	Organización de brigadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología de capacitación, detalles logísticos y generalidades del curso. • Marco normativo nacional. • Modalidades y tipos de brigadas. • Reglamento y planes de brigada. 	Bomberos Costa Rica	16 horas
Brigada emergencia	Revisión de medios de protección ante emergencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción informativa sobre el curso 	Bomberos Costa Rica	16 horas

		<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos • Medios de egreso • Iluminación y señalización • Protección contra incendios 		
Brigada emergencia	Planes de preparativos y respuestas ante emergencias.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Conceptos generales • Valoración del riesgo • Planes de acción • Simulacro 	Bomberos Costa Rica	16 horas
Brigada emergencia	Básico de sistemas de comando de incidentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Características y principios del SCI • Funciones, responsables y estructura del SC • Instalaciones y recursos • ¿Cómo establecer el SCI y cómo transferir el mando? • Simulacro 	Bomberos Costa Rica	16 horas
Brigada emergencia	Primeros auxilios en trauma.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción. • Servicios de Emergencias Médicas (SEM) • Anatomía • Evaluación del paciente • Lesiones músculo esqueléticas 	Bomberos Costa Rica	24 horas

		<ul style="list-style-type: none"> • Heridas y hemorragias • Quemaduras • Clasificación de víctimas 		
Brigada emergencia	Soporte cardiaco básico.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción. • Generalidades de los sistemas respiratorio y circulatorio • Procedimientos de actuación para el soporte cardiaco básico. • Desfibrilador externo automático • Soporte cardiaco básico en niños • Soporte cardiaco básico en lactantes • Obstrucción de la vía aérea (OVACE) • Consideraciones especiales para profesionales en salud 	Bomberos Costa Rica	16 horas
Brigada emergencia	Primeros auxilios médicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción. • Generalidades. • Valoración del paciente. • Trastornos respiratorios. • Trastornos neurológicos. 	Bomberos Costa Rica	24 horas

		<ul style="list-style-type: none"> • Trastornos cardiovasculares. • Trastornos abdominales. • Trastornos endocrinólogos. • Trastornos relacionados con el medio ambiente 		
Ambiental y Social	Curso Intensivo en Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión estratégica de la Sostenibilidad a lo interno de las organizaciones • Agendas Globales en Sostenibilidad; criterios ASG, Conducta Empresarial Responsable, Agenda 2030, entre otras. • Liderazgo consciente • Riesgos ASG, cadena de valor, valor generado y distribuido, entre otros. • Gestión de recursos naturales, problemática ambiental global, cambio climático, entre otros. • Derecho Humanos y Debida Diligencia, 	AED Costa Rica	7 horas

		Prácticas Laborales, Comunidad, entre otros.		
Diversidad, equidad de género e inclusión	Derechos humanos, diversidad e inclusión laboral: Acciones afirmativas para la no discriminación	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos Humanos, no discriminación • Igualdad de Género • Inclusión de personas con Discapacidad • Integración personas LGTBI • Ética y valores • Sensibilización ambiental 	AED Costa Rica	7 horas

Fuente: Elaboración propia.

Ampliar la comunicación interna con los colaboradores sobre actividades de los comités para la empresa

El tipo de comunicación que maneja la empresa es por reuniones generales, correo interno y redes sociales, pero en los resultados obtenidos se logró identificar que los colaboradores también consideran que los banners informativos pegados en las paredes del edificio es una opción. Al ser de esa forma, se podría incluir en las imágenes y anuncios que tienen en los televisores que provechan trabajos realizados, que haya un espacio donde puedan ver los proyectos realizados y que están en progreso, así como las acciones del programa de Responsabilidad Social de la empresa. También, incentivar a que los colaboradores puedan interactuar por medio de las redes sociales lo que se aprendió durante las charlas o también al final de alguna charla poder hacer una pequeña actividad con los que estuvieron presentes.

Figura 28. Comunicación de las charlas en la semana del ambiente.

WUNDERMAN THOMPSON

¡TE RECORDAMOS LA SEMANA DEL AMBIENTE!

Recordá el cronograma para esta semana:

Lunes 5 de JUNIO
Charla de Combustibles fósiles.
Speaker: Ing. Juan Manuel Quesada
Hora: 2pm

MARTES 6 DE JUNIO
Charla: ¿Cuánta agua desperdiciamos diariamente?
Speaker: Sally Reyes
(Gestión ambiental del AYA)
Hora: 2pm

MIÉRCOLES 7 DE JUNIO
Cine foro Pro y Contras la movilidad eléctrica
Hora: 2pm

Jueves 8 DE JUNIO
Charla de Ahorro de Agua y Electricidad
Speaker: Jhonatan Treminio
Hora: 2pm

VIERNES 9 DE JUNIO
Charla Compras Sostenibles
Speaker: María del Mar Muñoz
(Santo Cero)
Hora: 2pm

VOCES sostenibles
WE NEED A CHANGE!




Fuente: Wunderman Thompson Costa Rica 2023.

Figura 29. Charla sobre cómo ahorrar en el recibo de luz y agua. Semana del ambiente.

WUNDERMAN THOMPSON

¿QUIERES APRENDER CÓMO AHORRAR EN EL RECIBO DE LUZ Y AGUA?



En la charla "Consejos prácticos para ahorrar en el recibo de luz y agua" se ofrecerán herramientas y consejos para optimizar el consumo de estas fuentes en el hogar. Como por ejemplo:

- 1 Cómo leer una etiqueta energética
- 2 Elegir el bombillo correcto para los espacios de tu hogar
- 3 Aprovechamiento práctico de las aguas residuales

FECHA: JUEVES 8
HORA: 2:00 PM

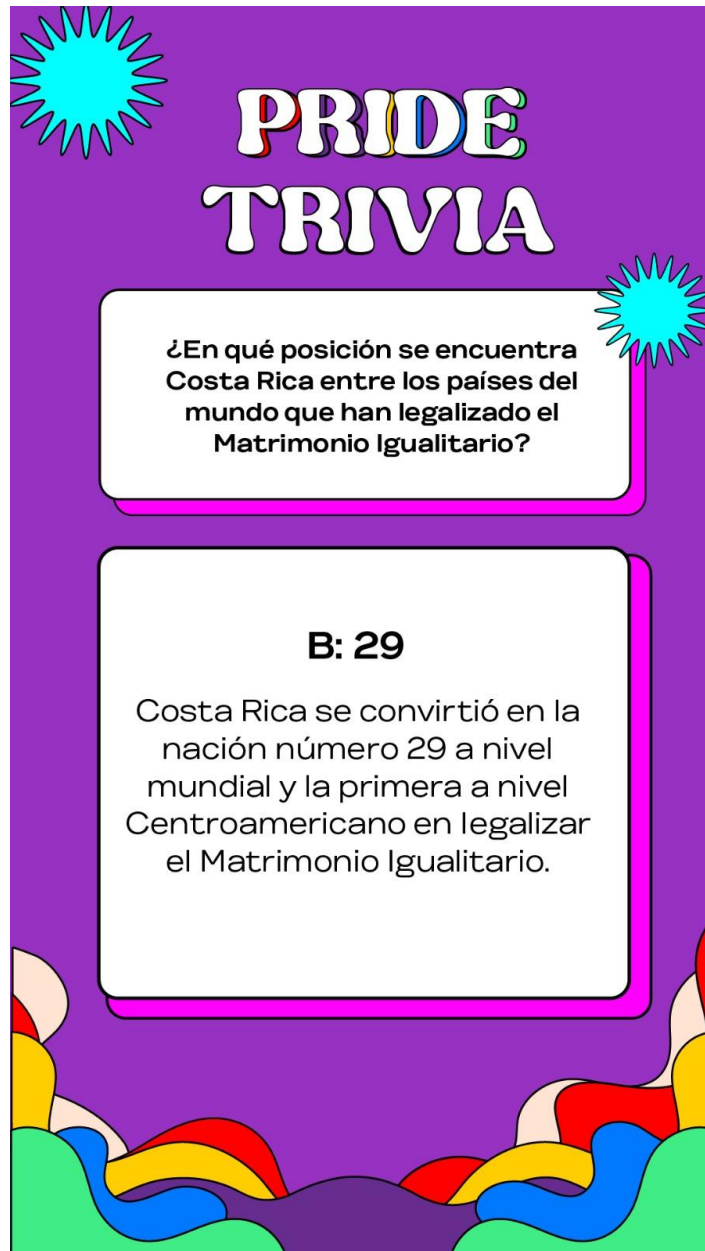
Speaker:
Jhonatan Treminio

Save the Date!

VOCES sostenibles
WE NEED A CHANGE!

Fuente: Wunderman Thompson Costa Rica 2023.

Figura 30. Trivia Pride sobre el Matrimonio Igualitario.



Fuente: Wunderman Thompson Costa Rica 2023.

También, como parte de ampliar la comunicación interna con los colaboradores, hacer campañas publicitarias con *banners* o correos sobre las actividades que se hicieron durante el mes, es una buena opción para que estén al tanto de las programaciones que se harán y las acciones realizadas en el mes anterior.

Figura 31. Comunicado de actividades realizadas durante el mes Pride 2023.



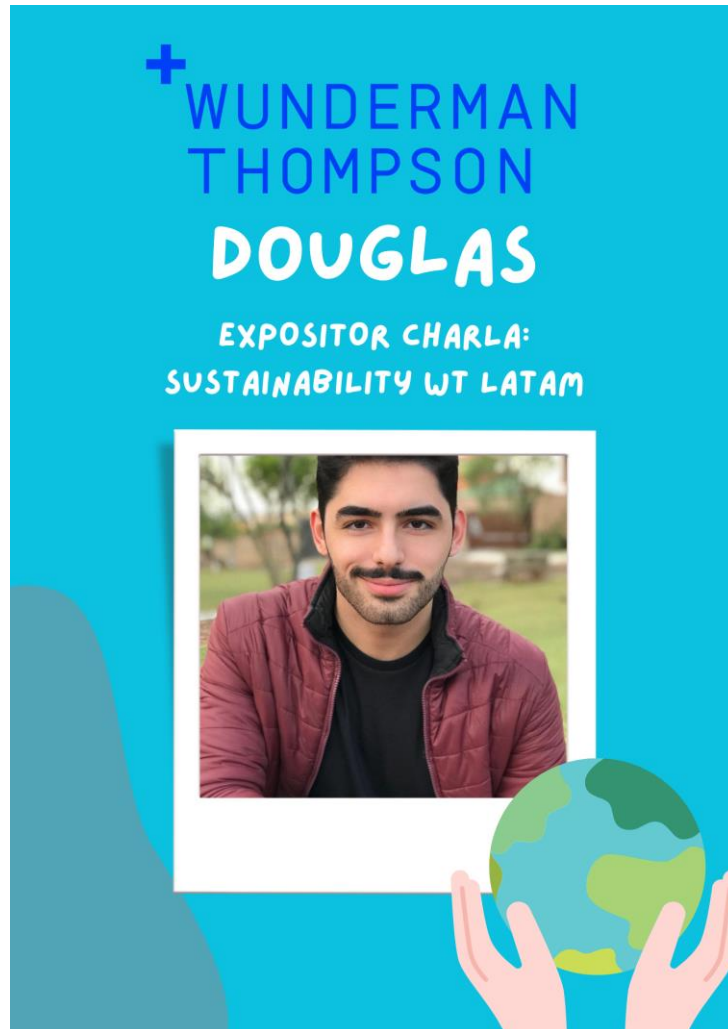
Fuente: Elaboración propia.

Motivación e incentivos para los colaboradores que forman parte de los comités

Un incentivo no siempre es tangible como muchas personas están acostumbradas, sino que puede ser intangible como lo es un reconocimiento y agradecimiento o también como el tener un tiempo libre durante las horas laborales por participar en una capacitación o en una actividad social. Es importante hacerle saber a las personas cómo beneficia para todos el contribuir en un comité y estar activo en él, ya que reconocer y valorar el tiempo y esfuerzo que los colaboradores

dedican tiene un impacto positivo. El reconocimiento puede ser público como privado, como mencionarlo o destacarlo en reuniones o correos electrónicos de agradecimiento. Al hacerlo de esa forma, existe la posibilidad de que hayan colaboradores que se interesen por formar parte de esos comités y puedan sentir el impulso de desarrollar habilidades de liderazgo, toma de decisiones y trabajo en equipo.

Figura 32. Motivación por reconocimientos.



Fuente: Elaboración propia.

Resultado Esperado del Proyecto

En este proyecto de Responsabilidad Social, se espera que los colaboradores conozcan el concepto de Responsabilidad Social, así como los beneficios que tiene este programa y que sean conscientes de que esto es algo que beneficia a todos, no solo a la sociedad o a la empresa.

Que los colaboradores y jefaturas de la empresa conozcan por los diferentes medios de comunicación las prácticas y acciones que tiene la empresa sobre Responsabilidad Social, y que no tengan únicamente presente las más recientes sino las demás que se han hecho en el transcurso de los meses y años.

Que la empresa reactive y le dé más enfoque a los comités que no son tan conocidos como es el de Brigada de Emergencia, Wellness (Salud Mental) y Social – Cultural, haciendo charlas y capacitaciones a los colaboradores que quieran formar parte de esos comités o que ya estén.

Mejorar los medios de comunicación para promocionar los programas de Responsabilidad Social, como la inclusión de *banners* en las paredes del edificio de la empresa, reconocimiento por participación en los comités, así como en las charlas a nivel regional y global, pero aun así, manteniendo e innovando la comunicación que tiene ya la empresa por medio del correo, las redes sociales y reuniones mensuales.

Que los comités tengan una planeación sobre las actividades que se van a realizar con 2-3 semanas de anticipación para poder coordinar con tiempo.

Presupuesto

Tabla 26. Presupuesto de la capacitación de los miembros de los comités.

Comité	Cantidad de miembros	Capacitación / Tema	Expositor	Duración de la charla	Precio por persona	Total
Brigada emergencia	5	Organización de brigadas.	Bomberos Costa Rica	16 horas	¢42.000	¢210.000
Brigada emergencia	5	Revisión de medios de	Bomberos Costa Rica	16 horas	¢51.700	¢258.500

		protección ante emergencia.				
Brigada emergencia	5	Planes de preparativos y respuestas ante emergencias.	Bomberos Costa Rica	16 horas	€50.600	€253.000
Brigada emergencia	5	Básico de sistemas de comando de incidentes.	Bomberos Costa Rica	16 horas	€49.000	€245.000
Brigada emergencia	5	Primeros auxilios en trauma.	Bomberos Costa Rica	24 horas	€83.700	€418.500
Brigada emergencia	5	Soporte cardiaco básico.	Bomberos Costa Rica	16 horas	€32.600	€163.000
Brigada emergencia	5	Primeros auxilios médicos.	Bomberos Costa Rica	24 horas	€80.700	€403.500
Ambiental y Social	8	Curso Intensivo en Sostenibilidad	AED Costa Rica	7 horas	€810.000	€6,480.000
Diversidad, equidad de género e inclusión	8	Derechos humanos, diversidad e inclusión laboral: Acciones afirmativas para la no discriminación	AED Costa Rica	7 horas	€18.000	€144.000

Total						₡8,575.500
--------------	--	--	--	--	--	------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27. Presupuesto de banners para mejorar la comunicación.

Tipo comunicación	Cantidad	Diseño	Proveedor	Precio por unidad	Total (unidades)
Banner Roller Up	12	Banner. Acciones realizadas durante el mes.	Digital Arts	₡30.000	₡360.000
Banner	12	Banner de reconocimiento mensual por participación y buen trabajo.	Digital Arts	₡10.000	₡120.000
Mantas	3	Mes Pride. Cáncer de mama. Cáncer de próstata.	Digital Arts	₡20.000	₡60.000
Total					₡540.000

Fuente: Elaboración propia.

Cronograma total de actividades

Tabla 28. Tabla de cronograma total de actividades.

Actividad	Recurrencia	Encargado / Responsable de coordinar
Charla sobre los Programas de Responsabilidad Social que tiene Wunderman Thompson Costa Rica	Una vez al año	Líder o algún miembro del comité de Responsabilidad Social

Charla sobre las acciones de Responsabilidad Social que tiene Wunderman Thompson Costa Rica	Una vez al año	Líder o algún miembro del comité de Responsabilidad Social
Charla sobre los comités del programa de Responsabilidad Social que tiene Wunderman Thompson Costa Rica	Una vez al año	Líder o algún miembro del comité de Responsabilidad Social
Capacitación de Organización de brigadas.	Cada 4 años	Líder del comité de Brigada de Emergencia
Capacitación de revisión de medios de protección ante emergencia.	Cada 4 años	Líder del comité de Brigada de Emergencia
Capacitación de planes de preparativos y respuestas ante emergencias.	Cada 4 años	Líder del comité de Brigada de Emergencia
Capacitación Básico de sistemas de comando de incidentes.	Cada 4 años	Líder del comité de Brigada de Emergencia
Capacitación Primeros auxilios en trauma.	Cada 4 años	Líder del comité de Brigada de Emergencia
Capacitación Soporte cardiaco básico.	Cada 4 años	Líder del comité de Brigada de Emergencia
Capacitación Primeros auxilios médicos.	Cada 4 años	Líder del comité de Brigada de Emergencia
Capacitación Curso Intensivo en Sostenibilidad	Cada 4 años	Líder del comité Ambiental y Social
Capacitación Derechos humanos, diversidad e inclusión laboral: Acciones afirmativas para la no discriminación	Cada 4 años	Líder del comité de Diversidad, equidad de género e inclusión

Planeación de actividades mensuales	Una vez al mes	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Proyectos de ayuda social.	Una vez al mes	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Propuesta de posible charla a los colaboradores por mujeres reconocidas a nivel nacional o internacional.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Charlas para niñas y adolescentes de fundaciones.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Actividades para la semana de la salud como charlas y actividades físicas en la oficina.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Participación de la persona encargada del seguro médico privado de la empresa para contribuir con una charla.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Actividades para el día del libro.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités Ambiental.
Actividades de campañas de reciclaje.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités Ambiental.
Repaso sobre las certificaciones de Bandera Azul.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités Ambiental.
Actividades para la semana del ambiente.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa

Actividades para el mes Pride.	Una vez al año	Líder o algún miembro del comité de Diversidad, equidad de género e inclusión.
Actividades para el día de la Anexión de Nicoya.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Planeación de actividades recreativas en la empresa con los colaboradores.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Actividades para el día de la Independencia.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Campañas sobre el cáncer de mama.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Charlas sobre el cáncer de mama.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Campañas sobre el cáncer de próstata.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Charlas el cáncer de próstata.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa
Ayuda a fundaciones o escuelas para fiesta de fin de año de los niños.	Una vez al año	Líder o algún miembro de los comités de Responsabilidad Social de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

REFERENCIAS

Aguilar Choque, G. T., Cruz Aguilar, M. L. (2021). Responsabilidad Social Empresarial Para Mejorar Las Condiciones Laborales En Pymes Del Sector Muebles De Madera De La Ciudad De La Paz. (Bachiller). Universidad Mayor De San Andrés. <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/27297/T-2924.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anchia Leitón, D. (2021). Caracterización Y Diagnóstico De La Calidad De Agua En La Cuenca Alta Del Río Bermúdez, Heredia, Costa Rica. (Master). Centro Agronómico Tropical De Investigación Y Enseñanza. https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/11052/Caracterizacion_y_diagnostico_de_la_calidad_de_agua_en_la_cuenca_alta_del_Rio_Bermudez%2c_Heredia%2c_Costa_Rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224.

Arturo, A. A. (2018). *Habilidades de comunicación*. Spain: Editorial Elearning S.L..

Ayensa Esparza, Á. M. (2022). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa* (Edición 2022). Spain: Ediciones Paraninfo, S.A.

Barrio Fraile, E. (2019). *Responsabilidad social corporativa: De la noción a la gestión*. Spain: Editorial UOC, S.L..

Benito Vellisca, F. (2021). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Spain: Editorial Editex.

Buzón Quijada, J. A. (2019). *Operaciones y procesos de producción*. (n.p.): Editorial Elearning, S.L.

Cañas Montañés, T. (2018). *Responsabilidad social corporativa*. Spain: Editorial Elearning, S.L.

Cañas Montañés, T. (2018). *Responsabilidad social corporativa*. Spain: Editorial Elearning, S.L..

Chico, C. (2019). *Marketing interno y comunicación en la empresa*. (n.p.): Editorial Elearning, S.L.

Escaño González, J. M., Nuevo García, A. (2018). Sistemas secuenciales programables. Spain: Ediciones Paraninfo, S.A.

Estructura y diseño organizativo. (2020). (n.p.): Editorial Elearning, S.L..

Fernández Delgado, A. (2020). Análisis de la relación de la Política Nacional del Ministerio de Economía, Industria y Comercio sobre la Responsabilidad Social Empresarial con los Derechos Humanos (específicamente en el ámbito laboral) contenidos en el Objetivo Octavo de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 (Magister). UNED. <https://pjenlinea3.poderjudicial.go.cr/biblioteca/uploads/Archivos/Tesis/Analisis%20de%20la%20relacion%20de%20la%20Politica%20Nacional.pdf>

Fuentes Fernández, R. (2019). Filantropía corporativa. Influencia en la gestión empresarial vitivinícola. Spain: Editorial Dykinson, S.L..

Gamboa Romero, J. (2019). Propuesta de estrategia de responsabilidad social para la empresa Assukkar S.A. (Master). Centro Agronómico Tropical De Investigación Y Enseñanza. https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/9087/Propuesta_de_estrategia_de_responsabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García Padro, E. (2020). Empresa y administración. Spain: Ediciones Paraninfo, S.A.

González Batista, E. M. (2019). Impacto de la implementación de la Política Forestal de la República de Panamá sobre la gobernanza forestal y la gestión actual de los bosques de producción: Región Darién, periodo 2009-2018 (Magister Scientiae). Centro Agronómico Tropical De Investigación Y Enseñanza. https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/9109/Impacto_de_la_implementacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y

González Masip, J. (2018). Efectos de las prácticas de responsabilidad social y medioambiental corporativas en la atracción y retención de talento (Doctorado). Universidad Complutense De Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/46146/1/T39525.pdf>

Gorrochategui, N., Martins de Oliveira, V., Stevenson Palamara, N. (2019) Responsabilidad Social de las Organizaciones (RSO)

Lahoz Rodríguez, E. (2020). Bases conceptuales, legislación y metodología de la evaluación de impacto ambiental. (n.p.): Editorial Elearning, S.L.

Landa Trujillo, I. D (2018). Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Capital Humano de una Empresa de Autotransporte de Pasajeros en la Ciudad de Xalapa, Ver. (Master).

Universidad

Veracruzana.

<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/48396/LandaTrujilloIndra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lefont Marin, L., Ramírez Sierra, J. C. (2020). Políticas Públicas: introducción a la disciplina para la gestión gubernamental en Cuba. Cuba: Editorial Universitaria.

Luque González, A., Coronado Martín, J., Á., Álvarez Rodríguez, J., F.(2021). Análisis de los procesos de responsabilidad social empresarial a través de 113 conceptos. Herramienta social O marketing institucional

Machado Mateos, A., Rodríguez Sánchez, O. (2020). Organización empresarial y de recursos humanos.

Marily Aquino, J., Mauricio Orellana, S. E. (2018). Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Relaciones Públicas En Empresas Salvadoreñas: Caso Específico Fundemas (Técnico). Universidad Tecnológica de El Salvador. <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001154.pdf>

Martínez Herrera, H. (2022). Cultura y responsabilidad social empresarial. Colombia: Ecoe Ediciones.

Martínez Ordoñez, C. L. (2020). Análisis de la gestión de residuos plásticos en la actividad lechera caso Santa Cruz, Turrialba, Costa Rica (MAGISTER SCIENTAE). Centro Agronómico Tropical De Investigación Y Enseñanza. https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/9714/Analisis_de_la_gestion_de_residuos_plasticos.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Medina Arrizabalaga, N. (2018). Manual. Gestión de equipos eficaces: influir y motivar (ADGD120PO). Especialidades formativas. (n.p.): EDITORIAL CEP.

Monfort de Bedoya, A., Villagra García, N. (2019). Ética y gestión de la sostenibilidad para la nueva década: cumplimiento de la agenda 2030 y consecuencias de la crisis sanitaria: Memoria académica curso 2019-2020. (2020). Spain: Universidad Pontificia Comillas, Servicio de Publicaciones.

Organización Empresarial Y De Recursos Humanos (ADGG0408). (2020). Spain: ICB, S.L. (Interconsulting Bureau S.L.).

Ortega Chavarri, H. A. (2019). El impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en la Reputación Corporativa de las Organizaciones Privadas (Licenciatura). Pontificia Universidad

Católica Del Perú.

https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15954/ORTEGA_CHAVARRI_EL_IMPACTO_DE_LA_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL_EN_LA_REPUTACION_CORPORATIVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pérez de Tudela, J., Jiménez, A. M. (2022). Sobre el problema del continuo en la filosofía de Kant. Spain: Herder Editorial.

Polo Santillán, M. A. (2019). La responsabilidad ética. ISSN 0717-4675

Quiroz Alvarado, L. P., Vallejos Miranda, V. (2021). La Relación De La Responsabilidad Social Empresarial Con La Imagen De Marca De La Distribuidora Aladino S.R.L – Trujillo, En El Año 2021 (Licenciatura). Universidad Privada del Norte. https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29426/Quiroz%20Alvarado%20Lisset%20Paola_Vallejos%20Miranda%20Valeria.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez Araya, J. J. (2018). Análisis de la Gestión de los Eventos de Sequía ante el Cambio Climático en los Sectores Agropecuario e Hídrico del Cantón de Hojanacha, Guanacaste, Costa Rica (MAGISTER SCIENTIAE). Centro Agronómico Tropical De Investigación Y Enseñanza. https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/11052/Caracterizacion_y_diagnostico_de_la_calidad_de_agua_en_la_cuenca_alta_del_Rio_Bermudez%2c_Heredia%2c_Costa_Rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez Jover, A. (2019). Responsabilidad social corporativa. ADGG072PO. Spain: IC Editorial.

Rosales Paredes, V. F., Paredes Ceballos, M. Y., Uribe Villamil, L. F. (2021). Manual de impacto ambiental. Colombia: Ediciones de la U.

Sandoval Sequeira, M. C., López Aragón, I. (2019). La Alineación A Los Objetivos De Desarrollo Sostenible Como Modelo De Gestión Para Las Organizaciones Sin Fines De Lucro: Caso Asobitico, 2018 (Magíster Scientiae). Universidad Nacional. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/15286/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Santamaría Barbosa, J. M. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina (Bachiller). Universidad Del Rosario. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/24501/SantamariaBarbosa-JuanManuel-2020.pdf?sequence=4>

Trejo Castillo, L.A. (2021). Evaluación de impacto ambiental. México: Ecoe Ediciones.

Urzua, S., Bassi, M., Dinarte Díaz, L., Ferreyra, M. M. (2021). La Vía Rápida Hacia Nuevas Competencias: Programas Cortos de Educación Superior en América Latina Y El Caribe. (n.p.): World Bank Publications.

Vercher Noguera, A. (2022). Delincuencia ambiental y empresas. Colombia: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A..

Vidal Barba, G. V (2020). Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP (Master). Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7172/1/T3091-MAE-Vidal-Propuesta.pdf>

Zaldívar Schrader, H. (2021). Guía De Criterios De Sostenibilidad Para Proyectos De Inversión En Los Sectores Forestal Y Agroforestal De América Latina (Master). Centro Agronómico Tropical De Investigación Y Enseñanza. https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/11057/Gu%c3%ada_de_criterios_de_sostenibilidad_para_proyectos_de_inversi%c3%b3n_en_los_sectores_forestal_y_agroforestal_de_America_Latina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo N. 1: Encuesta a los colaboradores de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica

1. ¿Cuál es su edad?
 - a. Entre 18 años y 28 años
 - b. Entre 29 años y 39 años
 - c. Entre 40 años y 49 años
 - d. 50 años o más
2. Género
 - a. Masculino
 - b. Femenino
 - c. Otro
3. ¿Cuál es su nivel de escolaridad completado?
 - a. Primaria
 - b. Secundaria
 - c. Técnico
 - d. Bachiller Universitario
 - e. Licenciatura Universitaria
 - f. Maestría
 - g. Doctorado
4. Departamento para el cuál labora en la empresa
 - a. Contabilidad y Finanzas
 - b. Recursos Humanos
 - c. Gerencia
 - d. Tecnológico (Control de calidad, desarrollo y mantenimiento web)
 - e. Soporte técnico y tecnologías de información
 - f. Diseño y creatividad
 - g. Análisis de Datos
 - h. Brands & Communication (Marketing)
 - i. Otro
5. ¿Con cuál o cuáles de las siguientes opciones asocia usted la Responsabilidad Social?

- a. Medio ambiente
 - b. Sostenibilidad
 - c. Derechos humanos
 - d. Valores
 - e. Ética
6. ¿Cuáles prácticas internas de responsabilidad social tiene actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
- a. Campañas de reciclaje
 - b. Certificaciones de BAE
 - c. Estándares laborales
 - d. Actividades durante la semana de salud
 - e. Capacitaciones de Brigada de Emergencia
 - f. Iniciativas de diversidad, inclusión y equidad de género
 - g. Otra. ¿Cuál?
7. ¿Tiene conocimiento de las acciones responsabilidad social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
- a. Sí (Si su respuesta es afirmativa, por favor indicarlo en la siguiente pregunta (número 8))
 - b. No
8. ¿Cuáles las acciones responsabilidad social se aplican actualmente en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
9. ¿Cuáles prácticas externas conoce usted que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica para mejorar su relación con la comunidad?
- a. Donaciones o contribuciones
 - b. Actividades Sociales
 - c. Charlas y talleres a Fundaciones
 - d. Otra. (Por favor Indicar)
10. ¿Conoce usted los programas de Responsabilidad Social que tiene la actualmente la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
- a. Sí
 - b. No

11. ¿Cuáles son los comités que participan activamente en los programas de Responsabilidad Social en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
- Social – Cultural
 - Ambiental (Bandera Azul)
 - Responsabilidad Social (Proyectos de ayuda social)
 - Diversidad, equidad de género e inclusión
 - Wellness (Salud Mental)
 - Brigada de Emergencia
12. ¿Considera usted que la empresa Wunderman Thompson Costa Rica debería de invertir tiempo en capacitaciones y promover en que los colaboradores para que formen activamente parte de los comités?
- Sí
 - No
13. ¿Cuál o cuáles medios de comunicación considera usted que son mejor o mejores para promocionar los programas de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
- Correo
 - Reuniones
 - Chat interno
 - Blogs
 - Banners informativos en las paredes de la empresa
 - Redes sociales de la empresa
14. ¿Conoce usted si existe algún incentivo o motivación para que los colaboradores se incorporen a los programas?
- Sí
 - No
15. ¿Cuáles considera usted que son los valores que fomenta el código de ética?
- Respeto
 - Solidaridad
 - Equidad
 - Integridad

- e. Cooperación
 - f. Transparencia
 - g. Compromiso
 - h. Honradez
 - i. Paciencia
 - j. Bondad
 - k. Todas las anteriores
16. ¿Cómo considera usted que ha sido el impacto de estos programas en la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
- a. Positivo
 - b. Negativo
17. ¿A quiénes beneficia el programa de Responsabilidad Social?
- a. A la empresa
 - b. A los colaboradores
 - c. Al medio ambiente
 - d. A la sociedad
 - e. Todas las anteriores
18. ¿Cuál o cuáles tipos de Responsabilidad Social conoce usted que existen?
- a. Responsabilidad social individual
 - b. Responsabilidad social empresarial
 - c. Responsabilidad social pública o gubernamental

Anexo N. 2: Entrevista a las jefaturas de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica

1. ¿Qué es para usted el programa de Responsabilidad Social dentro de la organización?
2. ¿Por qué cree usted que la mayoría de los colaboradores no se involucran en los diversos comités que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
3. ¿Qué ha hecho usted para que los colaboradores participen y formen parte de los diversos comités que tiene la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?
4. ¿Considera usted que los colaboradores conocen los aportes que tiene el programa de Responsabilidad Social de la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?

5. ¿Por cuál medio de comunicación cree usted que los colaboradores se enteran de las actividades del programa de Responsabilidad Social que hace la empresa Wunderman Thompson Costa Rica?