



UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS SAN PEDRO

CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN  
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

TEMA:

**“Análisis del funcionamiento social y ambiental de la operación  
de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre  
del 2020 y propuesta de estrategia de negocio de triple utilidad  
a partir del 2021”**

ELABORADO POR

**MÓNICA BRICEÑO ARTAVIA**

SAN PEDRO, COSTA RICA

AÑO 2020

**Licencia De Distribución No Exclusiva (carta de la persona autora para uso didáctico)**

**Universidad Latina de Costa Rica**

<b>Yo (Nosotros):</b>	Mónica Briceño Artavia
<b>De la Carrera / Programa:</b>	MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL
<b>Modalidad de TFG:</b>	Proyecto de graduación
<b>Titulado:</b>	Análisis del funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del 2020 y propuesta de estrategia de negocio de triple utilidad a partir del 2021

Al firmar y enviar esta licencia, usted, el autor (es) y/o propietario (en adelante el “AUTOR”), declara lo siguiente: **PRIMERO:** Ser titular de todos los derechos patrimoniales de autor, o contar con todas las autorizaciones pertinentes de los titulares de los derechos patrimoniales de autor, en su caso, necesarias para la cesión del trabajo original del presente TFG (en adelante la “OBRA”). **SEGUNDO:** El AUTOR autoriza y cede a favor de la UNIVERSIDAD U LATINA S.R.L. con cédula jurídica número 3-102-177510 (en adelante la “UNIVERSIDAD”), quien adquiere la totalidad de los derechos patrimoniales de la OBRA necesarios para usar y reusar, publicar y republicar y modificar o alterar la OBRA con el propósito de divulgar de manera digital, de forma perpetua en la comunidad universitaria. **TERCERO:** El AUTOR acepta que la cesión se realiza a título gratuito, por lo que la UNIVERSIDAD no deberá abonar al autor retribución económica y/o patrimonial de ninguna especie. **CUARTO:** El AUTOR garantiza la originalidad de la OBRA, así como el hecho de que goza de la libre disponibilidad de los derechos que cede. En caso de impugnación de los derechos autorales o reclamaciones instadas por terceros relacionadas con el contenido o la autoría de la OBRA, la responsabilidad que pudiera derivarse será exclusivamente de cargo del AUTOR y este garantiza mantener indemne a la UNIVERSIDAD ante cualquier reclamo de algún tercero. **QUINTO:** El AUTOR se compromete a guardar confidencialidad sobre los alcances de la presente cesión, incluyendo todos aquellos temas que sean de orden meramente institucional o de organización interna de la UNIVERSIDAD **SEXTO:** La presente autorización y cesión se regirá por las leyes de la República de Costa Rica. Todas las controversias, diferencias, disputas o reclamos que pudieran derivarse de la presente cesión y la materia a la que este se refiere, su ejecución, incumplimiento, liquidación, interpretación o validez, se resolverán por medio de los Tribunales de Justicia de la República de Costa Rica, a cuyas normas se someten el AUTOR y la UNIVERSIDAD, en forma voluntaria e incondicional. **SÉPTIMO:** El AUTOR acepta que la UNIVERSIDAD, no se hace responsable del uso, reproducciones, venta y distribuciones de todo tipo de fotografías, audios, imágenes, grabaciones, o cualquier otro tipo de

presentación relacionado con la **OBRA**, y el **AUTOR**, está consciente de que no recibirá ningún tipo de compensación económica por parte de la **UNIVERSIDAD**, por lo que el **AUTOR** haya realizado antes de la firma de la presente autorización y cesión. **OCTAVO:** El **AUTOR** concede a **UNIVERSIDAD.**, el derecho no exclusivo de reproducción, traducción y/o distribuir su envío (incluyendo el resumen) en todo el mundo en formato impreso y electrónico y en cualquier medio, incluyendo, pero no limitado a audio o video. El **AUTOR** acepta que **UNIVERSIDAD.** puede, sin cambiar el contenido, traducir la **OBRA** a cualquier lenguaje, medio o formato con fines de conservación. **NOVENO:** El **AUTOR** acepta que **UNIVERSIDAD** puede conservar más de una copia de este envío de la **OBRA** por fines de seguridad, respaldo y preservación. El **AUTOR** declara que el envío de la **OBRA** es su trabajo original y que tiene el derecho a otorgar los derechos contenidos en esta licencia. **DÉCIMO:** El **AUTOR** manifiesta que la **OBRA** y/o trabajo original no infringe derechos de autor de cualquier persona. Si el envío de la **OBRA** contiene material del que no posee los derechos de autor, el **AUTOR** declara que ha obtenido el permiso irrestricto del propietario de los derechos de autor para otorgar a **UNIVERSIDAD** los derechos requeridos por esta licencia, y que dicho material de propiedad de terceros está claramente identificado y reconocido dentro del texto o contenido de la presentación. Asimismo, el **AUTOR** autoriza a que en caso de que no sea posible, en algunos casos la **UNIVERSIDAD** utiliza la **OBRA** sin incluir algunos o todos los derechos morales de autor de esta. **SI AL ENVÍO DE LA OBRA SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA U ORGANIZACIÓN QUE NO SEA UNIVERSIDAD U LATINA, S.R.L., EL AUTOR DECLARA QUE HA CUMPLIDO CUALQUIER DERECHO DE REVISIÓN U OTRAS OBLIGACIONES REQUERIDAS POR DICHO CONTRATO O ACUERDO.** La presente autorización se extiende el día 28 de enero de 2022 a las 1pm

Firma del estudiante(s):

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. M. G. N. E. S.', written over a horizontal line.

**UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS SAN PEDRO  
CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS**

**CARTA DE APROBACIÓN POR PARTE DEL TUTOR  
DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

San Pedro, **30 de octubre del 2020**

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

**Estimados señores:**

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado:

**“Análisis del funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del 2020 y propuesta de estrategia de negocio de triple utilidad a partir del 2021”,** elaborado por la estudiante: **Mónica Briceño Artavia**, como requisito para que la citada estudiante pueda optar por el grado académico **MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL.**

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su entrega ante el Comité de Trabajos Finales de Graduación.

**Suscribe cordialmente,**

JUAN DIEGO  
SANCHEZ  
SANCHEZ (FIRMA)

Firmado digitalmente por  
JUAN DIEGO SANCHEZ  
SANCHEZ (FIRMA)  
Fecha: 2022.02.02 13:07:18  
-06'00'

**Dr. Juan Diego Sánchez Sánchez, Ph. D**



**UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS SAN PEDRO  
CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS**

**CARTA DE APROBACIÓN POR PARTE DEL LECTOR  
DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

San Pedro, **30 de octubre del 2020**

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

**Estimados señores:**

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: **"Análisis del funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del 2020 y propuesta de estrategia de negocio de triple utilidad a partir del 2021"**, elaborado por la estudiante: **Mónica Briceño Artavia**, como requisito para que la citada estudiante pueda optar por el grado académico **MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su entrega ante el Comité de Trabajos Finales de Graduación.

**Suscribe cordialmente,**

Jean Paul San Lee Lizano  
Firmado digitalmente por  
Jean Paul San Lee Lizano  
Fecha: 2022.02.03  
12:09:53 -06'00'

**MBA. Jean Paul San Lee Lizano**



**UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS SAN PEDRO  
CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS**

**CARTA DE APROBACIÓN POR PARTE DEL LECTOR  
DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

San Pedro, **30 de octubre del 2020**

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

**Estimados señores:**

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: **"Análisis del funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del 2020 y propuesta de estrategia de negocio de triple utilidad a partir del 2021"**, elaborado por la estudiante: **Mónica Briceño Artavia**, como requisito para que la citada estudiante pueda optar por el grado académico **MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su entrega ante el Comité de Trabajos Finales de Graduación.

**Suscribe cordialmente,**

DOUGLAS LUIS DE LOS ANGELES UMañA ESQUIVEL  
Firmado digitalmente por DOUGLAS LUIS DE LOS ANGELES UMañA ESQUIVEL  
Fecha: 2022.02.05 12:43:43 -06'00'

---

**MBA. Douglas Umaña Esquivel**



**UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS SAN PEDRO  
CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS**

**CARTA DE APROBACIÓN POR PARTE DEL FILÓLOGO DEL  
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

San Pedro, 22 de octubre del 2020

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

**Estimados señores:**

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación, denominado **Análisis del funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del 2020 y propuesta de estrategia de negocio de triple utilidad a partir del 2021**, elaborado por la estudiante: **Mónica Briceño Artavia** para optar al grado académico **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**.

Corregí el trabajo en aspectos, tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como Trabajo Final de Graduación; por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad.

**Suscribe de ustedes cordialmente,**

Prof. Mario Boza Chacón  
Filólogo. Cédula 103580444 Carné 5034  
Colegio de Licenciados y Profesores

## DECLARACIÓN JURADA

La suscrita, Mónica Briceño Artavia con cédula de identidad número 1-1475-0894, declaro bajo fe de juramento, conociendo las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: Que soy la autora del presente trabajo final de graduación, modalidad memoria; para optar por el título de **Máster profesional en administración de negocios con énfasis en dirección empresarial**. de la Universidad Latina, campus Heredia, y que el contenido de dicho trabajo es obra original del (la) suscrito(a).

San Pedro, 30 octubre del dos mil veinte.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mónica Briceño Artavia', is written over a horizontal line.

Mónica Briceño Artavia



## MANIFESTACIÓN EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

La suscrita, **Mónica Briceño Artavia** con cédula de identidad número **1-1475-0894**, exonero de toda responsabilidad a la Universidad Latina, campus Heredia; así como al Tutor y Lector que han revisado el presente trabajo final de graduación, para optar por el título de **Máster profesional en administración de negocios con énfasis en dirección empresarial**. de la Universidad Latina, campus San Pedro; por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo. Asimismo, autorizo a la Universidad Latina campus San Pedro, a disponer de dicho trabajo para uso y fines de carácter académico, publicitando el mismo en el sitio web; así como en el CRAI.

San Pedro, 30 de octubre del dos mil veinte.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mónica Briceño Artavia', is written over a horizontal line.

Mónica Briceño Artavia

## **Dedicatoria**

Probablemente en este momento no sepas leer.... Pero cuando seas capaz te darás cuenta lo que significas para mí. Eres mi motivación principal para todo lo que hago y me das las fuerzas que necesito para levantarme cada mañana y salir adelante.

Te amo hija y te dedico esta maestría porque sin este reto no hubieras sido posible en mi vida.

**Mónica Briceño Artavia.**

## **Agradecimiento**

Primeramente, le agradezco a Dios que me da la oportunidad de estudiar y de culminar esta maestría, segundo le doy las gracias a mi esposo Fernando por apoyarme con la finalización de este proyecto, por todas las noches que cuidó de Lucia para poder estudiar. Gracias infinitas por su ayuda incondicional.

Por último pero no menos importante doy gracias a la Universidad Latina de Costa Rica por darme la oportunidad de finalizar la maestría, en especial a mi tutor Juan Diego Sánchez por su guía durante este proceso y su ayuda para culminarla.

**Mónica Briceño Artavia.**

## Resumen Ejecutivo

En la actualidad se ve como la globalización obliga a las empresas existentes a tomar acciones diferentes, a hacer cambios en sus operaciones, a actualizar sus estrategias de negocio; esto con el objetivo de renovarse en el mercado y lograr crecer para obtener mayor competitividad en él.

Pese a esta necesidad de las compañías de reestablecer su estrategia no todas las empresas tienen las mismas prioridades, por lo que la actualización se puede realizar en diversas áreas de la organización. Independientemente del área que se desee refrescar en la empresa debe tener un impacto que genere un aumento ya sea en posicionamiento, crecimiento en resultados o ampliación en la venta.

El término de triple utilidad viene a cambiar el concepto de que toda reestructuración estrategia debe causar un impacto de manera directa en la venta, sino viene a impactar la venta de manera indirecta por medio de la identificación del cliente final con el producto por su aporte en las causas sociales y ambientales de la empresa que lo comercializa.

Triple utilidad busca que la empresa sea sostenible mientras garantiza que sea financieramente factible, socialmente favorable y responsable ambientalmente. Por eso en este trabajo se busca realizar una estrategia de implementación para la empresa Bticino Costa Rica donde se indique paso a paso que se debe hacer para obtener esta certificación, como se debe hacer, y cuánto cuesta hacerlo.

Para iniciar en el capítulo uno llamado introducción y propósito, se efectúa un estudio de la situación actual de la investigación en la empresa Bticino, para determinar el problema principal del trabajo y así poder obtener el objetivo general y los objetivos específicos que se trabajan en el proyecto. También se

estudian los alcances y las limitaciones con las que se cuentan para realizar la propuesta.

En el capítulo dos llamado marco situacional y marco teórico, es donde se revisa la situación actual de la empresa Bticino primeramente de manera global en todo el mundo y luego específicamente en el mercado de Costa Rica, también se revisa la competencia actual de la compañía. Además se investiga sobre la teórica que enmarca el término de triple utilidad y sostenibilidad que son los temas por conocer en profundidad para plantear la propuesta del trabajo.

El capítulo tres se llama marco metodológico, se estudia a profundidad el tipo de investigación a realizarse en este proyecto, se definen los instrumentos a utilizar para obtener la información requerida en este caso encuentra y entrevista, se concreta a quien se deben aplicar correctamente estos instrumentos, y se estudian todas las variables que contemplan estos instrumentos.

En el capítulo cuatro llamado análisis e interpretación de resultados, se recopila toda la información obtenida de los instrumentos aplicados y se analiza para obtener conclusiones de esta. En el caso de la encuesta es aplicada a toda la población de la empresa, en el caso de la entrevista es aplicada a dos colaboradores estratégicos. Se hacen las tablas y graficas correspondientes para analizar los datos.

En el capítulo cinco llamado conclusiones y recomendaciones, se mencionan primeramente las conclusiones generadas del análisis de la información obtenida en el capítulo anterior y se generan las recomendaciones del caso. Por último en el capítulo seis llamado propuesta, se realiza paso a paso las acciones a realizarse para la estrategia de triple utilidad, en base a los requerimientos de la empresa Bticino los cuales son estudiados a lo largo de los anteriores capítulos para determinar las mejores y más convenientes prácticas a plantearse en este capítulo.



# Tabla de Contenido

.....	I
Dedicatoria.....	IX
Agradecimiento .....	X
Resumen Ejecutivo .....	XI
Tabla de Contenido.....	XIII
Lista de Tablas.....	XXI
Lista de Figuras .....	XXII
Lista de anexos .....	XXV
<b>Capítulo 1: Introducción y propósito.....</b>	<b>1</b>
Estado actual de la investigación .....	2
Introducción .....	2
Antecedentes.....	3
Descripción del tema .....	4
Información existente.....	4
Estudios previos .....	5
Delimitación del tema.....	5
Aporte del investigador .....	5
Objeto de estudio.....	6
Delimitación espacial .....	6
Delimitación temporal.....	6
Planteamiento del problema .....	7
Sistematización del problema .....	8
Objetivos .....	9
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos .....	10

Justificación .....	11
Justificación práctica.....	12
Justificación metodológica .....	13
Justificación teórica .....	13
Alcances y limitaciones .....	14
Alcances .....	14
Limitaciones.....	15
<b>Capítulo 2: Marco situacional y marco teórico .....</b>	<b>16</b>
Marco Situacional.....	17
Historia de los accesorios eléctricos.....	17
Mercado internacional de los accesorios eléctricos.....	18
Mercado de accesorios eléctricos en Costa Rica .....	19
Distribuidores mayoristas.....	19
Almacenes eléctricos especializados .....	22
Competencia.....	25
Regulación del mercado de los accesorios eléctricos en Costa Rica .....	27
Empresa Bticino.....	28
Empresa Bticino en Costa Rica .....	29
Misión .....	29
Visión.....	29
Valores Corporativos .....	30
Oferta de productos .....	30
Marcas de líneas Eléctricas .....	31
Negocio de triple utilidad en Bticino Costa Rica .....	31
Datos del Negocio de triple Utilidad en Bticino CR .....	33
Marco teórico .....	33
Economía.....	34

Definición Objetiva.....	34
Definición Subjetiva .....	35
Macroeconomía .....	35
Microeconomía .....	36
Empresa .....	36
El dinero (el capital) en la empresa .....	37
Las personas en la empresa.....	37
Administración .....	38
Eficiencia .....	38
Eficacia .....	38
Gerencia .....	39
Tipos de gerentes .....	39
Los gerentes .....	39
Funciones .....	40
Roles.....	40
Habilidades .....	41
Finanzas .....	42
Finanzas personales.....	43
Finanzas corporativas.....	43
Finanzas públicas .....	44
Tasas de interés .....	44
Gestión social empresarial.....	45
Responsabilidad social interna .....	46
Responsabilidad social externa .....	47
Gestión ambiental empresarial .....	47
Utilidad empresarial .....	49
Triple utilidad.....	50

Matriz de triple resultado.....	51
<b>Capítulo 3: Marco Metodológico .....</b>	<b>53</b>
Definición del enfoque.....	54
Diseño de la investigación .....	54
No experimental.....	54
Seccional .....	55
Transversal .....	55
Factorial .....	56
Método de investigación .....	56
Analítico .....	56
De campo .....	57
Deductivo.....	57
Tipo de investigación .....	58
Descriptiva .....	58
Exploratoria.....	58
Factorial .....	59
Nomotética.....	59
Sujetos y Fuentes de información .....	60
Sujetos de investigación .....	60
Fuentes primarias .....	60
Fuentes secundarias.....	61
Población y censo .....	61
Población.....	61
Censo .....	62
Instrumentos .....	63
Cuestionario.....	63
Encuesta.....	64

Entrevista.....	64
Confiabilidad y validez .....	65
Confiabilidad .....	65
Validez.....	66
Operacionalización de variables .....	67
Primera variable: Sostenibilidad como estrategia de negocio.....	67
Definición conceptual.....	67
Definición Instrumental .....	67
Definición Operacional.....	69
Segunda variable: Prácticas medioambientales .....	70
Definición conceptual.....	70
Definición Instrumental .....	70
Definición Operacional.....	71
Tercera variable: Condiciones de responsabilidad social .....	72
Definición conceptual.....	72
Definición Instrumental .....	72
Definición Operacional.....	73
Cuarta variable: presupuesto para la estrategia de negocio .....	74
Definición conceptual.....	74
Definición Instrumental .....	74
Definición Operacional.....	75
Quinta variable: Técnicas para la generación de un negocio de triple utilidad .....	76
Definición conceptual.....	76
Definición Instrumental .....	76
Definición Operacional.....	77
<b>Capítulo 4: Análisis e interpretación de resultados .....</b>	<b>79</b>



Análisis e interpretación de resultados.....	80
Análisis e interpretación de resultados generales .....	81
Resultados del cuestionario .....	81
<b>Resultado de la entrevista</b> .....	84
Análisis e interpretación de resultados de la primera variable: Identificar los beneficios de la sostenibilidad como estrategia de negocio.....	85
Resultados del cuestionario .....	85
Resultado de la entrevista .....	89
Análisis documental .....	91
Análisis e interpretación de resultados de la segunda variable: Precisar las prácticas medioambientales actuales de la empresa Bticino para mejorarlas .....	92
Resultados del cuestionario .....	92
Resultado de la entrevista .....	94
Análisis documental .....	95
Análisis e interpretación de resultados de la tercera variable: Definir las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa .....	96
Resultados del cuestionario .....	96
Resultado de la entrevista .....	97
Análisis documental .....	98
Análisis e interpretación de resultados de la cuarta variable: Determinar el presupuesto inicial para la aplicación de la estrategia de negocio de triple utilidad en la empresa Bticino .....	99
Resultados del cuestionario .....	99
Resultado de la entrevista .....	102
Análisis documental .....	103
Análisis e interpretación de resultados de la quinta variable: Plantear las técnicas adecuadas para la generación de un negocio de triple utilidad ....	104
Resultados del cuestionario .....	104

Resultado de la entrevista .....	107
Análisis documental.....	108
Cruce de Variables.....	110
Alfa de Cronbach .....	116
<b>CAPITULO 5: Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>118</b>
Conclusiones .....	119
Conclusiones de los datos generales .....	120
Conclusiones de la primera variable: Identificar los beneficios de la sostenibilidad como estrategia de negocio .....	121
Conclusiones de la segunda variable: Precisar las prácticas medioambientales actuales de la empresa Bticino para mejorarlas .....	122
Conclusiones de la tercera variable: Definir las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa .....	123
Conclusiones de la cuarta variable: Definir el presupuesto para la estrategia de negocio .....	125
Conclusiones de la quinta variable: Determinar las técnicas para la generación de un negocio de triple utilidad.....	127
Conclusiones de cruce de variables .....	128
Conclusiones generales.....	129
Recomendaciones .....	131
Recomendaciones de los datos generales .....	132
Recomendaciones de la primera variable: Identificar los beneficios de la sostenibilidad como estrategia de negocio. ....	133
Recomendaciones de la segunda variable: Precisar las prácticas medioambientales actuales de la empresa Bticino para mejorarlas .....	134
Recomendaciones de la tercera variable: Definir las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa .....	135

Recomendaciones de la cuarta variable: Determinar el presupuesto inicial para la aplicación de la estrategia de negocio de triple utilidad en la empresa Bticino .....	136
Recomendaciones de la quinta variable: Plantear las técnicas adecuadas para la generación de un negocio de triple utilidad.....	137
Recomendaciones de cruce de variables .....	138
Recomendaciones generales .....	139
<b>CAPITULO 6: Propuesta .....</b>	<b>140</b>
Introducción .....	141
Descripción .....	142
Objetivos .....	142
Objetivo General.....	142
Objetivos Específicos.....	142
Público meta de la propuesta.....	143
Alcance .....	143
Propuesta.....	144
Propuesta Medioambiental .....	144
Consumo Energético.....	145
Propuesta de Acciones.....	145
Consumo de Agua .....	149
Propuesta de Acciones .....	149
Manejo de Residuos .....	153
Propuesta de Acciones .....	154
Emisiones CO <sup>2</sup> .....	159
Propuesta de Acciones .....	161
Trampa de grasa.....	161
Propuesta de Acciones .....	161
Propuesta Social.....	162

Propuesta Social Interna.....	162
Ayuda a los más necesitados .....	162
Propuesta de Acciones .....	163
Crear planes de desarrollo.....	164
Propuesta de Acciones .....	164
Propuesta Social Externa.....	165
Donaciones a la comunidad.....	165
Capacitación a la comunidad.....	165
Planes de contratación de vecinos .....	167
Cronograma de la implementación .....	167
Responsables de la implementación.....	172
Presupuesto.....	173
Métricas .....	174
Consideraciones Generales .....	176
<b>Bibliografía.....</b>	<b>177</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>195</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1: Desglose del cuestionario. ....	63
Tabla 2: Desglose de la entrevista. ....	65
Tabla 3: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva de las preguntas generales en el primer semestre del año 2020 .....	84

Tabla 4: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 1 durante el primer semestre del año 2020 .....	89
Tabla 5: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 2 durante el primer semestre del año 2020 .....	94
Tabla 6: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 3 durante el primer semestre del año 2020 .....	97
Tabla 7: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 4 durante el primer semestre del año 2020 .....	102
Tabla 8: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 5 durante el primer semestre del año 2020 .....	107
Tabla 9: Datos del indicador Eléctrico. ....	145
Tabla 10: Ahorro en cambio de Bombillas convencionales. ....	146
Tabla 11: Ahorro al colocar sensores de presencia. ....	147
Tabla 12: Datos del indicador consumo de agua. ....	149
Tabla 13: Datos del indicador desechos sólidos. ....	153
Tabla 14: Generación de CO2 en transporte de empleados en vehículo propio o transporte público.....	159
Tabla 15: Generación de Kg de CO2 equivalente al consumo de KW/H. ....	160
Tabla 16: Generación de CO2 en flotilla de transporte. ....	160
Tabla 17: Datos del indicador desecho de grasa. ....	161
Tabla 18: Monto de beneficio escolar según escolaridad.....	163
Tabla 19: Prácticas a realizarse. ....	167
Tabla 20: Prácticas Medioambientales.....	169
Tabla 21: Presupuesto de Implementación. ....	174

## **Lista de Figuras**

Figura 1: Sustentabilidad del grupo Bticino. ....	32
Figura 2: Roles del gerente según Mintzberg.....	41
Figura 3: Habilidades de administración. ....	42



Figura 4: Operaciones financieras.....	43
Figura 5: Clasificación de las finanzas. ....	43
Figura 6: Ejemplos de acciones sociales empresariales. ....	46
Figura 7: Ejemplos de indicadores medioambientales. ....	49
Figura 8: Grafica de punto de equilibrio. ....	50
Figura 9: Relación de triple utilidad. ....	50
Figura 10: Matriz de medición de triple utilidad. ....	51
Figura 11: Tiempo laboral de la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020 .....	81
Figura 12: Conocimiento de sostenibilidad empresarial, de la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	82
Figura 13: Participación en labores sociales y medioambientales, de la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	83
Figura 14: Beneficios de la triple utilidad, que considera más importante la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	86
Figura 15: Empresas de triple utilidad, que conozca la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020 .....	87
Figura 16: Beneficios de la sostenibilidad empresarial, que consideren más importante la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020 .....	88
Figura 17: Prácticas medioambientales actuales, que se realizan en la compañía según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020 .....	93
Figura 18: Prácticas sociales actuales, que se realizan en la compañía según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	96
Figura 19: Presupuesto, al que se debería cargar la inversión según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	100

Figura 20: Inversión, que estaría dispuesto a utilizar la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020 .....	101
Figura 21 .....	104
Figura 22: Prácticas Medioambientales, que consideran más importantes la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	105
Figura 23: Prácticas sociales, que consideran más importantes la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	106
Figura 24: Tiempo laboral vrs prácticas medioambientales más importantes en la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	110
Figura 25: Conocimiento de sostenibilidad empresarial vrs Participación en labores sociales y medioambientales, en la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020 .....	111
Figura 26: Dinero dispuesto a invertir vrs beneficio más importante de triple utilidad, según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	113
Figura 27: Presupuesto vrs beneficios de la sostenibilidad empresarial, según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020.....	114
Figura 28: Ahorro de Watts con cambio a led. ....	146
Figura 29: Ahorro de energía con la colocación de sensores de presencia. ...	147
Figura 30:Tabla de consumo de una unidad de A/C de 22000 BTU/h. ....	148
Figura 31: Brochure virtual primer mes. ....	150
Figura 32: Brochure virtual segundo mes.....	151
Figura 33: Brochure virtual tercer mes. ....	151
Figura 34: Volantes para pegar en áreas uso de agua público. ....	152
Figura 35: Carga Trasera. ....	153
Figura 36: Línea de tiempo de las capacitaciones. ....	154
Figura 37: Basureros de reciclaje.....	155
Figura 38: Rotulación del contenedor de basura amarillo. ....	155

Figura 39: Rotulación del contenedor de basura azul. ....	156
Figura 40: Rotulación del contenedor de basura verde.....	156
Figura 41: Rotulación del contenedor de basura café. ....	156
Figura 42: Equivalencias de Ecoins. ....	157
Figura 43: Dispensadores de Agua. ....	158
Figura 44: Dispensadores de Agua. ....	158
Figura 45: Invitación a capacitación. ....	166
Figura 46: Cronograma de prácticas medioambientales. ....	170
Figura 47: Prácticas Sociales. ....	171
Figura 48: Cronograma de prácticas sociales. ....	171
Figura 49: Variables para medir el éxito de un proyecto. ....	175

## **Lista de anexos**

- Anexo 1: Entrevista
- Anexo 2: Cuestionario
- Anexo 3: Alfa de Cronbach
- Anexo 4: Cotización de grifería #1

Anexo 5: Cotización de grifería #2

Anexo 6: Cotización de bidón Auto Mercado

Anexo 7: Cotización dispensador de agua

Anexo 8: Cotización bombillos Led

Anexo 9: Calculadora de emisiones de CO2

# **Capítulo 1: Introducción y propósito**

# Estado actual de la investigación

## Introducción

En el siguiente trabajo de investigación se aborda un tema de tendencia mundial actual con un crecimiento importante en los últimos años, y de gran peso para los negocios de hoy en día. El término “*Triple Botton Line*” más conocido en español como la cuenta de tripe resultado, data de mediados de los años 90 (García, 2015). A partir de ese momento, las grandes empresas de auditorías crean un nuevo nicho de negocio y comienzan a ofrecer sus servicios de consultoría para medir la sostenibilidad de las organizaciones y crear planes de triple utilidad adaptados a cada tipo de oficio.

El uso de este concepto ha venido en crecimiento los últimos años a raíz del interés por el tema del calentamiento global, muchas organizaciones han optado por ser sostenibles por medio de la responsabilidad social corporativa, y la idea es que cada vez aumente el número de empresas interesadas por esta tendencia. Por lo tanto, la propuesta de este trabajo es una estrategia de negocio para convertir a la empresa Bticino en una compañía que busca acercarse a este resultado, analizando los beneficios y mejores prácticas para llevarlas a cabo y determinar el presupuesto inicial para este proyecto.

El trabajo consiste en tres partes, la primera una averiguación teórica con el fin de entender el fundamento principal de la sostenibilidad, como medirla en las organizaciones y la importancia de identificarla. Seguidamente se realiza un estudio de recolección de datos históricos de la compañía y estudios realizados anteriormente para medir el grado de sostenibilidad actual. Y para finalizar se hace un consolidado de mejoras por realizar con el fin de proponer una estrategia de triple utilidad que se ajuste a las necesidades de la empresa.

Esta estrategia de negocio hace referencia a un tema de interés primordial del énfasis en gerencia empresarial del máster en estudio, investigando el tema para proponer ideas de acuerdo con lo estudiado a lo largo de la maestría.

## Antecedentes

En este apartado se mencionan los hechos más relevantes que conllevan a la realización de este trabajo. Primeramente, el término triple cuenta de resultados es mencionado por primera vez en el curso de maestría de estrategia comercial, y desde ese momento cautivó gran interés por parte de la investigadora. Paralelamente se observa en el lugar de trabajo de la investigadora una necesidad de mejora en el tema de sostenibilidad por ejemplo desperdicio de agua, desconocimiento de la cantidad de emisiones que se generan, gasto energético, falta de reciclaje, pobreza y falta de recursos para poder estudiar en algunos de los colaboradores y vecinos.

Cada vez aparecen más directrices y pautas de actuación en materia de responsabilidad social empresarial, en manos de organismos internacionales. Algunas de las fuentes de verificación más recurrentes son el Pacto Mundial de la Naciones Unidas (ONU), las Memorias de la sostenibilidad de “*Global Reporting Initiative*” (GRI), las Convenciones de la organización internacional del trabajo (OIT) y la norma SA 8000 (Navarro, 2008).

Por medio de un análisis de campo se determinan las causas de estos síntomas; tubos de agua no poseen sensores y se quedan abiertos los grifos en los baños, cada colaborador viaja solo en su vehículo a pesar de que su compañero sea vecino, no existen sensores de movimiento en pasillos y oficinas, insuficiencia de contenedores para separar la basura y mala identificación de los existentes, la empresa se encuentra ubicada en un barrio de clase baja y varios de los colaboradores son vecinos, empleados tienen dificultad económica para estudiar.

Por consiguiente, se determina que si la organización no aplica estrategias de triple utilidad pierde participación de mercado porque se queda atrás con las últimas tendencias y cada vez son más las compañías que optan por esta estrategia; además sigue contaminando el ambiente por medio de la generación de emisiones, el mal manejo de los residuos, el despilfarro eléctrico.

## Descripción del tema

El término “*Triple Botton Line*” más conocido en español como la cuenta de tripe resultado, data de mediados de los años 90. Específicamente en 1998 en una publicación del libro de John Elkington’s *Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*. (García, 2015). “Es una nueva manera de medir el éxito empresarial y una nueva filosofía que hace referencia a la necesidad de medir y reportar conjuntamente los resultados económicos, sociales y medioambientales de las compañías” (González, 2010, p.20).

Esta palabra se usa para referirse a un conjunto de valores y procesos que las organizaciones utilizan para minimizar cualquier daño resultante de su ejecución de sus actividades. Las empresas que cuentan con la modalidad de triple utilidad cada vez se dan cuenta de que el mercado se vuelve más exigente, a tal punto que los consumidores desean saber cuál es el impacto social, medioambiental y económico de los productos que adquieren (Gonzalez *et al.*, 2010).

Este trabajo consiste en realizar dos etapas, la primera una investigación de campo por medio de la recopilación de datos con la aplicación de una encuesta a los empleados, así como dos entrevistas a colaboradores claves en la compañía de departamentos involucrados en el tema. Y la segunda parte plantear una estrategia de negocio basada en la triple utilidad después de los análisis empresariales realizados en la empresa Bticino.

## Información existente

En este apartado se determinan las fuentes de información de la investigación de este trabajo, en primera instancia son fuentes documentales las cuales se basan en libros, documentos, revistas y tesis que ejemplifican el concepto de sostenibilidad empresarial, estos documentos se toman de internet. Además, se trabaja con documentos extraídos del departamento de mantenimiento con la autorización del encargado, consta de ampos donde se



almacenan los recibos de servicios públicos de agua y electricidad del año anterior 2019.

De igual manera se hace una recolección de datos tomados de finanzas en donde se consulta por el presupuesto que maneja la empresa y cuanto está disponible para realizar este proyecto. Conjuntamente se realiza una búsqueda con el departamento de recursos humanos de los expedientes para determinar los ingresos de los empleados y cuantas personas tienen a cargo en su núcleo familiar, también se obtiene el nivel de estudios de las personas que laboran para la compañía.

## **Estudios previos**

Al dar inicio con este proyecto, se contempla que no se tiene ningún estudio previo que pueda facilitar información ya que previamente no se han hecho trabajado sobre el tema en cuestión, sin embargo, los recibos de servicios públicos se tienen archivados y brindan información, en los archivos de diferentes departamentos como el de mantenimiento y el de recursos humanos encontramos datos interesantes para el desarrollo del proyecto.

## **Delimitación del tema**

### **Aporte del investigador**

El aporte del investigador para este trabajo consiste primeramente en un estudio que se enfoca en la recolección y análisis de información y datos para crear una matriz de medición de la sostenibilidad empresarial actual, con el fin de determinar nuevos proyectos y plantear mejoras prácticas a los existentes.

El segundo aporte consiste en una propuesta de estrategia de negocio de triple utilidad, después de analizar la información de la compañía se plantea una

estrategia para aumentar la sostenibilidad de esta y convertirse en una organización de triple resultado.

## **Objeto de estudio**

El objeto de estudio consiste en una estrategia para plantear las mejores prácticas de sostenibilidad empresarial que existen en la actualidad, adaptarlas al nicho de negocio de la compañía y ponerlas en marcha. La estrategia de triple utilidad se busca que cuente con todos los pasos necesarios para que sea exitosa y que se adapte al nicho de negocio de la organización.

## **Delimitación espacial**

Este proyecto se lleva a cabo en la empresa Bticino Costa Rica, empresa líder en la fabricación de accesorios eléctricos desde el año 1904 en Limoges, Francia. Cuenta con presencia en más de 180 países, en Costa Rica se encuentra desde el año 1980. Cuenta con 64 colaboradores y más de 60 marcas de carácter mundial en su portafolio de productos.

## **Delimitación temporal**

Este trabajo de investigación se lleva a cabo durante el primer semestre 2020, primeramente, con un estudio de sostenibilidad de la empresa el primer trimestre y segundo con la creación de una propuesta de estrategia de negocio el segundo trimestre, para ser ejecutada a inicios del año 2021.

Por lo que el título del trabajo es: **Análisis del funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del 2020 y propuesta de estrategia de negocio de triple utilidad a partir del 2021.**

## Planteamiento del problema

Según el periódico El Financiero (2017), el concepto de triple utilidad se escucha en Costa Rica en el 2008 cuando la empresa Florida Ice and Farm Co. (FIFCO) pone en marcha una estrategia de sostenibilidad, después de varios años atrás trabajando en varios programas asociados al tema, como por ejemplo en 1995 la creación del Programa de Reciclaje. Con resultados muy satisfactorios como haber logrado en el 2011 ser una empresa que genera cero desechos, en el 2012 ser la primera empresa agua neutral, y ser en el 2017 una empresa carbono neutral.

En base a la investigación realizada se determina la importancia del uso de estrategias de sostenibilidad como estrategias de negocio, se investiga que el tema de estudio data de décadas anteriores y que conforme se habla del tema surgen nuevos patrones para medirlos, revisarlos y auditarlos; hasta llegar al punto incluso de crear organismos internacionales especializados en diseñar mecanismos de medición de la sostenibilidad.

El trabajo se realiza en la empresa Bticino Costa Rica porque se observa que no se ejecutan ninguna de las acciones de sostenibilidad estudiadas anteriormente, y que cuenta con las características de una empresa que puede poner en marcha una estrategia de triple resultado, por lo tanto, este trabajo se basa en la propuesta de una estrategia de triple utilidad para el año 2021.

Por esta razón el primer problema es:

¿Cuál es el funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del 2020?

“Medir el desempeño no-financiero permite ver el valor real del negocio” (Correa, Van Hoof, Núñez 2010, p.29). Si cada empresa entiende los impactos ambientales y sociales que genera encuentra nuevas oportunidades de negocio, la reducción de costos, riesgos, apertura de nuevos productos genera una

diferenciación por la forma ética de trabajar. Y esa diferencia en el mercado atrae nuevos clientes, proveedores, inversionistas, empleados y negocios.

Este proceso conlleva tiempo y depende de la actitud de cada empresa frente al tema de responsabilidad social, cada empresa puede definir su propia meta de acuerdo con su nicho de negocio y cada organización se vuelve responsable de cumplir sus indicadores seleccionados para llevar a cabo su estrategia. (Correa, *et al.*, 2010). De esta manera se propone la estrategia de negocio que más se adapte a las necesidades de la empresa Bticino Costa Rica.

Por lo que el segundo problema es:

¿Cuál es la propuesta adecuada de una estrategia de negocio de triple utilidad para la empresa Bticino Costa Rica a partir del 2021?

## **Sistematización del problema**

- ¿Cuáles son los beneficios de la sostenibilidad como estrategia de negocio?

En la investigación se determinan los principales beneficios de la sostenibilidad empresarial; mejora la reputación y las marcas, Genera operaciones más eficientes, mejora el desempeño financiero, incrementa las ventas y fidelidad del cliente, permite atraer y retener colaboradores de calidad, permite atraer y retener inversionistas y socios de calidad, estimula la competitividad sostenible en los negocios (Prado, *et al.*, 2004).

- ¿Cuáles son las prácticas medioambientales actuales de la empresa Bticino?

Primero se debe empezar por determinar las prácticas medioambientales actuales de la empresa y comprobar si son las adecuadas o si se pueden

mejorar. Se propone un plan medioambiental que cumpla con los requerimientos de la sostenibilidad.

- ¿Cuáles son las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa?

No existen actualmente ningún tipo de prácticas de responsabilidad social en la empresa, se propone un método de responsabilidad social que se adapte a las condiciones de la compañía.

- ¿Cuál presupuesto inicial se necesita para la aplicación de la estrategia de negocio de triple utilidad en la empresa Bticino?

En base a la propuesta de triple utilidad que se presenta, se establece el monto para presupuestar inicialmente la puesta en marcha del proyecto.

- ¿Cuáles son las técnicas adecuadas para la generación de un negocio de triple utilidad?

Las técnicas adecuadas para la generación de un negocio de triple utilidad de la empresa no existen, es apropiado establecerlas.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

En este primer objetivo se pretende realizar un estudio por medio de observaciones de campo, estudio documental, recolección de datos por medio de entrevistas y cuestionarios; para analizar el funcionamiento en años anteriores y en la actualidad en la empresa en el tema social y ambiental. Para poder establecer mejoras en las acciones existentes y proponer mejores prácticas en donde no se esté trabajando.

- Analizar el funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del 2020.

Como segundo objetivo después de estudiar el tema en estudio y de analizar las condiciones de la compañía, se procede a realizar una propuesta de negocio donde la triple utilidad sea el principal actor, para ello se crean tareas en el ámbito ambiental y social que sean adecuadas al giro de negocio de la organización y que sean representativas en su área de aplicación.

- Proponer la estrategia de negocio de triple utilidad para la empresa Bticino Costa Rica a partir del 2021.

## **Objetivos específicos**

1. Identificar los beneficios de la sostenibilidad como estrategia de negocio.

La identificación de estos beneficios es de gran importancia porque en base a ellos se alimenta la propuesta, tenerlos ubicados es de gran valor a la hora de crear las tareas sociales y medioambientales a realizarse.

2. Precisar las prácticas medioambientales actuales de la empresa.

Es vital para la investigación estudiar la situación histórica de la compañía, para precisar las prácticas medioambientales existentes y no empezar de cero; Sino mejorar las actuales y crear las nuevas estrategias que se necesiten para cumplir con el proyecto.

3. Definir las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa.

Es transcendental estudiar las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa para poder revisarlas y poner en práctica mejoras y nuevas estrategias.

4. Determinar el presupuesto inicial para la aplicación de la estrategia de negocio de triple utilidad en la empresa.

Es importante determinar el presupuesto inicial porque debe de ir acorde al giro de negocio, y debe ser accesible para que la compañía logre llevar a cabo la propuesta, ya que si la estrategia no es alcanzable no se cumple con el objetivo del trabajo.

5. Plantear las técnicas adecuadas para la generación de un negocio de triple utilidad.

Por último, del planteamiento de las técnicas adecuadas depende el éxito de la propuesta, ya que deben ser razonables y adaptadas a las funciones del negocio.

## **Justificación**

La principal importancia de este proyecto a desarrollar es matricular la empresa Bticino Costa Rica con el tema de sostenibilidad, primero haciendo una exhausta recopilación de datos actuales para poder utilizar el método de medición de sostenibilidad empresarial, y determinar si existe algún plan de sostenibilidad actualmente.

En base a lo anteriormente expuesto, la propuesta es crear un plan de acción para mejorar la sostenibilidad de la organización por medio de una estrategia de negocio de triple Utilidad, asimismo determinar quiénes son los responsables de la implementación de esta estrategia, para que la finalidad del proyecto sea que participen todos los colaboradores de la empresa en la realización de este plan y contar con un mayor compromiso de sus partes, de la misma manera lograr un ahorro de mano de obra a la hora de la implementación.

Por consiguiente, este apartado indica los principales puntos a tomar en cuenta para justificar la propuesta de una estrategia de triple utilidad en la

empresa Bticino Costa Rica. Estrategia que ha aumentado significativamente en los últimos años como consecuencia de la concientización del ser humano hacia la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

## **Justificación práctica**

El principal problema que se enfrenta actualmente en el mundo es la falta de concientización del ser humano hacia los problemas sociales y ambientales, cada día más empresas se van concientizando y haciendo el cambio, hasta llegar el día que hagamos la diferencia. Las grandes empresas transnacionales actualmente manejan un porcentaje destinado a mercadeo, por lo tanto, pueden partir de usar parte de ese presupuesto para aplicar ayuda social y ambiental; de manera que le dé un plus a la hora de mercadearse como una empresa de triple utilidad.

Estamos en la era donde el pez grande no se come al pequeño, más bien, el pez rápido se come al lento. Por esta razón el tamaño de la empresa no es un factor competitivo per se. Todo ello es debido a que estamos inmersos en el universo 2.0, y las empresas deben cambiar el chip con respecto a cómo desarrollar y llevar a cabo sus estrategias en esta nueva Economía Distribuida, donde los principales desafíos son el cómo conseguir nuevos clientes y aumentar notoriedad de marcas sin usar los viejos canales que cada vez tienen menos adeptos (Ventura y Delgado, 2012, p.26).

La inversión inicial para hacer la labor social en colaboradores, vecinos, proveedores y la labor ambiental de sostenibilidad se paga “sola”; se proyecta un retorno de inversión por medio de crecimiento en ventas. El cambio a las estrategias de negocio de triple utilidad son trascendentales para que muchas otras organizaciones ya sean competencia directa o no de la empresa en estudio den el mismo paso hacia la sostenibilidad, incluso adaptando este mismo proyecto a otros giros de negocio.

Se espera lograr realizar un marketing social, “se trata de una extensión del marketing que estudia la relación de intercambio que se origina cuando el



producto es una idea o causa social” (Navarro, 2008, p.325). Se pretende generar una concientización y empatía de los clientes con estas estrategias, y que se sientan identificados con las causas sociales y ambientales. Además, con la ayuda a las causas sociales internas de la compañía se busca afianzar mas la fidelidad de los empleados. Este trabajo es una guía para futuras empresas que deseen aplicar una estrategia de triple utilidad en sus operaciones, ya que contempla el estudio de la compañía y la propuesta en base a lo observado.

## **Justificación metodológica**

Durante el proceso de investigación de este proyecto se lleva a cabo una serie de búsqueda de datos para poder medir el grado de sostenibilidad de la empresa; tales como recibos de luz y agua del último año, cantidad de basura generada por un periodo de tiempo. “El proceso de medida se refiere a la recopilación y evaluación de los datos que permiten medir el desempeño social y medioambiental de la empresa” (Fernández, 2010, p.143).

Se realiza método de medición las entrevistas para conocer más detalles de mejoras que se podrían implementar. Una vez obtenido el dato se hace saber a los colaboradores de la empresa, y se mide por medio de una encuesta su interés por participar en el proceso de implementación.

Después de contar con el nivel de sostenibilidad empresarial actual, se estudiarán todos los métodos de ejecución que existe en cada uno de los tres pilares de triple utilidad, y se ajusta a las necesidades de la organización. Se determina la inversión inicial para empezar y si la empresa tiene ese presupuesto al alcance, una vez establecido el tema se presenta la viabilidad del proyecto para que la empresa decida su implementación.

## **Justificación teórica**

Uno de los principales objetivos de este proyecto desde la perspectiva de la administración de negocios es estudiar los conceptos que están implicados en

la investigación y que tienen relación directa con el máster de gerencia empresarial en curso. El concepto de estrategia de negocio según Fosterwit (2015) es el conjunto de actividades que permitirán que nuestra empresa alcance una ventaja competitiva. En este trabajo la idea de negocio está basada en la sostenibilidad empresarial que se refiere según Cardoso (2006), a lograr un equilibrio en tres pilares fundamentales el social, el económico y el ambiental.

De este concepto se deriva la triple utilidad, o el triple resultado, que hace referencia según García (2015) a la base de medida que debe ser utilizada por las empresas con la finalidad de proporcionar información de sus actuaciones económicas, sociales y medioambientales de acuerdo con determinados parámetros. Por lo tanto, en este proyecto se crea la estrategia para utilizar la triple utilidad en la empresa Bticino Costa Rica.

## **Alcances y limitaciones**

### **Alcances**

- Empresa Bticino Costa Rica: se le crea una estrategia de negocio que refuerce la parte medioambiental y social de la empresa y la convierta en una organización de triple utilidad.
- Medioambiente: recibe una manipulación amigable de parte de la compañía, que reduce desechos y maneja bien los que produce, reduce consumos de servicios básicos.
- Vecinos: se benefician porque con el plan de ayuda social externa reciben donaciones y trabajo comunal por parte de la empresa, incluso emplea a vecinos de la comunidad.
- Colaboradores: se benefician porque con el plan de ayuda social interna se les da oportunidad a todos de estudiar o de culminar sus estudios.

- Empresas: este trabajo sirve de referencia para otras compañías que tomen a decisión de aplicar estrategias de triple utilidad.
- Estudiantes del área profesional: el trabajo constituye un documento de referencia para efectos de consultas y base para futuras investigaciones.
- Clientes: pueden consultar sobre la estrategia que utiliza la compañía que fabrica los productos que adquieren.
- Tiempo: Se cuenta con el primer semestre del año 2020 para realizar el trabajo, y se tiene información archivada de años anteriores que nos generan data para el desarrollo proyecto.

## **Limitaciones**

- No existen estudios previos en la compañía Bticino Costa Rica sobre este tema de sostenibilidad, por lo tanto, se debe empezar la investigación por primera vez.
- Estrategia de negocio nueva que no ha sido aplicada en muchas organizaciones, consecuentemente, las fuentes de investigación son muy escasas.
- El número de colaboradores es amplio, se envía un cuestionario a todos los colaboradores, pero es difícil recibir la totalidad de respuestas.

## **Capítulo 2: Marco situacional y marco teórico**

## **Marco Situacional**

En este apartado del capítulo se ahondan los detalles situacionales que enmarcan el tema principal en estudio, la historia de los accesorios eléctricos y como durante los años se han creado códigos de acato obligatorio para regularlos, el uso de códigos eléctricos se ha tomado de ejemplo de la aplicación en otros países, en Costa Rica han sido implementados y evaluados por los colegios profesionales de ingeniería y el gobierno.

También se investiga sobre la historia de la empresa Bticino en el mundo y cuando llega a Costa Rica en 1975. Se estudia el portafolio y como ha cambiado en el tiempo debido a la aplicación de estos códigos y regulaciones. Se investiga sobre la competencia de la empresa, que productos venden, si la competencia tiene alguna estrategia de triple utilidad en su operación, cual es el porcentaje de participación de la empresa y su competencia en el mercado actual.

El objetivo del capítulo es conocer a fondo el mercado de los accesorios eléctricos en donde se desenvuelve la compañía, conocer cómo funciona y como se maneja el sector construcción. Y poder entender cuán importante es para este sector la utilización de una estrategia de triple utilidad en sus procesos.

### **Historia de los accesorios eléctricos**

La electricidad se remonta desde tiempos antiguos, en el año 600 a.c. el científico e investigador Thales de Mileto descubre que si frota el mineral llamado ámbar este atraía hacia él cuerpos más livianos. Electricidad significa ámbar, en idioma griego se dice *elektron* (Mujal, 2009).

En la civilización romana también tienen un material parecido que al frotarlo atraía cuerpos le llaman magnetita, sin embargo, se comprueba que la electricidad está relacionada con el magnetismo hasta en tiempos del renacimiento (Mujal, 2009).

Durante muchos años después importantes científicos aportan más sobre el tema y se desarrollan teorías para demostrarlo. En el siglo XIX se establece la diferencia entre los materiales que conducen o aíslan la corriente eléctrica. Pero en 1878 Thomas Alva Edison inventa la lámpara eléctrica y en ese momento se universaliza el uso de la electricidad (Mujal, 2009).

## **Mercado internacional de los accesorios eléctricos**

La primera fábrica de accesorios eléctricos data del siglo XIX en 1836 Le Creusot Francia bajo el nombre de Schneider & Cie. primeramente, es una empresa especializada en la fabricación de armamento ya que los hermanos Schneider son dueños de grandes forjas y minas, pero es hasta en 1891 cuando la empresa entra en el mercado de los accesorios eléctricos. Y aun después de dos guerras mundiales la empresa Schneider Electric sigue posicionada como una de las empresas líderes del mercado de los accesorios eléctricos a nivel mundial (Schneider Electric 2020).

Según la página Miningpress (2015), hoy en día figuran diez empresas líderes en la fabricación de accesorios eléctricos, y se mencionan en orden según su cronología de creación.

1. Schneider Electric en Francia desde 1836.
2. Siemens en Berlín Alemania desde 1847.
3. Prysmian en Italia desde 1872.
4. Emerson en Missouri Estados Unidos desde 1890.
5. General Electric en Nueva York Estados Unidos desde 1892.
6. Sumitomo Electric en Japón desde 1897.
7. **Legrand** en Francia desde 1904, grupo al cual pertenece la subsidiaria Bticino Costa Rica quien es adquirida en 1989.
8. Hitachi en Tokio Japón desde 1910.
9. Mitsubishi Electric en Kobe Japón desde 1921.
10. Fuji Electric en Tokio Japón desde 1923.

## **Mercado de accesorios eléctricos en Costa Rica**

En Costa Rica existen la mayoría de las fábricas internacionales mencionadas en el apartado anterior, las mismas tienen algunas fábricas en el país y otras importan el producto de casa matriz o de otras subsidiarias por medio de empresas representantes. También se cuenta con competencia nacional, la cual fabrica sus productos de manera local y vende a través de distribuidores o de manera directa al cliente final. El mercado se mueve por distribuidores, existen dos tipos de distribuidores los mayoristas y los almacenes eléctricos especializados.

Existe en Costa Rica una Asociación de Distribuidores de Materiales Eléctricos de Costa Rica abreviada ADIME, que se conforma de diez distribuidores eléctricos y es apoyado por cinco fabricantes eléctricos, se encargan de regir el mercado de los accesorios eléctricos en Costa Rica (adimecr, 2014).

### **Distribuidores mayoristas**

Son los que compran el producto directo a la fábrica para revenderlo y distribuirlo por la cadena de ferreterías alrededor del país, la cual ronda los 900 puntos de venta, existen aproximadamente doce empresas dedicadas a este oficio, sin embargo, Bticino opto por trabajar solamente con seis de estas, algunas solo manejan la marca Bticino y otros manejan también la competencia. Los distribuidores mayoristas de Bticino son:

#### **Distribuidora Arguedas y Salas S.A. (ARSA)**

Empresa de capital costarricense con más de treinta años de experiencia en el negocio ferretero, se dedica la distribución de productos en ferreterías, atienden todo el país más de ochocientos puntos de venta. A continuación, se detalla una breve reseña de sus operaciones.

Inició operaciones en el año 1985, con la venta de un solo artículo ferretero de uso manual, distribuido exclusivamente en la Gran Área Metropolitana y en su permanente proceso de crecimiento y expansión, incluye un inventario que supera los trece mil artículos. Nuestro éxito empresarial se encuentra respaldado por el compromiso de mantener una cantidad y variedad de inventarios que permita a nuestros clientes tener a disposición un constante flujo de mercadería moderna y útil (disarsa.com, 2020, parr.1).

### **Mayoreo ferretería y acabados**

MFA mayoreo es una empresa que cuenta con uno de los centros de distribución más grande del país, manejando dieciocho mil líneas de productos y generando más de 370 empleos. A continuación, se detalla una breve reseña de sus operaciones.

MFA nace de la evolución de Abonos Agro y su origen data de 1943 como una fábrica de abono orgánico para uso agrícola. Y no es hasta en el año 1946 cuando inicia sus operaciones en el campo de los materiales para construcción, importando principalmente de Europa. MFA tiene una ubicación estratégica con uno de los centros de distribución más grandes de Costa Rica, más 17800 metros cuadrados son parte del centro de almacenaje y distribución con el que se cuenta, desde el cual se provee cada uno de los productos que se tienen, llegando a más de 550 distribuidores autorizados a nivel nacional (mfamayoreo.com, 2020, parr.1).

### **Corporación de suministros y materiales eléctricos S.A**

Cosmac nace de la unión de algunos ferreteros como una necesidad de asociarse y obtener mejores precios en el mercado por la compra de volumen. Con el tiempo el número de asociados a crecido y la empresa se ha hecho más grande. A continuación, se detalla una breve reseña de sus operaciones.

“Somos un distribuidor mayorista especializado en el mayoreo de soluciones eléctricas, artículos de ferretería y para la construcción, orientada al servicio de nuestros accionistas” (adimecr.com, 2014, parr.1).



## **Corporación ferretera S.A.**

Corporación ferretera S.A es una empresa de capital venezolano que abrió sus puertas en Costa Rica porque detecto la oportunidad que había, ofrecen desde accesorios eléctricos, hasta loza sanitaria, herramienta, plomería, etc. Se describe una breve reseña de la empresa.

“En COFERSA distribuimos más de 60 marcas nacionales e importadas, principalmente, a pequeños y medianos comerciantes del sector ferretero, a través de nuestra fuerza de ventas con una cobertura de más de 1500 clientes en todo el territorio nacional” (cofersa.cr, 2014, parr.1).

## **Capris**

Capris es una empresa de capital costarricense que incursiona tanto en el área industrial apoyando a 5000 clientes, como en el área de mayoreo ferretero con más de 500 ferreterías y 300 repuesteras en todo el país. Una breve reseña de la operación de la empresa.

Grupo Capris es una organización que brinda soluciones desde hace 62 años en los campos del mantenimiento industrial y automotriz. Vende además productos para el para el mercado ferretero y el de la construcción, con un surtido que va desde equipos, herramientas, insumos, seguridad ocupacional, equipos de alquiler y materiales eléctricos. Se desenvuelve también en el campo al de la eficiencia energética y generación de energía con fuentes renovables. Otros campos en donde el grupo ha incursionado con mucho éxito en los últimos 25 años son el campo de la ingeniería y el diagnóstico clínico en donde la empresa se ha convertido en un líder indiscutible en el mercado nacional (capris.cr, 2015, parr.1).

## **El eléctrico ferretero**

El eléctrico Ferretero es una división de Grupo El Eléctrico que se encarga de mayorea sus productos en el sector ferretero, cuenta con una gran fuerza de ventas y un portafolio muy completo de artículos para suplir las necesidades. A continuación una reseña de la historia de la compañía.

Desde 1997 Eléctrico Ferretero se ha convertido en un fuerte aliado comercial en el mercado ferretero; todo esto debido a su red logística, diversidad de portafolio en material eléctrico y líneas de importación exclusivas; construido mediante excelentes relaciones con nuestros proveedores y clientes. Ofrecemos productos eléctricos bajo certificaciones de calidad solicitadas por el código eléctrico las cuales nuestros productos cumplen (electricoferretero.com, 2016, parr.1).

## **Almacenes eléctricos especializados**

Esta figura compra directo a fabrica para vender al cliente final, son tipo tienda donde reciben clientes asesoran y venden, también visitan proyectos y venden a constructoras y desarrolladoras de manera directa. Los almacenes eléctricos que venden Bticino son:

### **IESA a Sonepar Company**

IESA desde el 2014 pasa a ser parte de la corporación Grupo Sonepar, líderes mundiales en la distribución de productos eléctricos, presente en 46 países, tiene un crecimiento muy grande desde que se fortaleció como parte de esta compañía, a continuación, una breve reseña de la historia de IESA.

“IESA fue fundada el 24 de Julio de 1974 por el arquitecto mexicano Carlos García con el fin de comercializar el alambre magneto que producía una pequeña fábrica de su pertenencia” (iesacr.com, 2016, par.3).

### **Almacén El Eléctrico**

Almacén El Eléctrico también forma parte del Grupo El Eléctrico en conjunto con el Eléctrico Ferretero descrito en el apartado anterior del trabajo, es un grupo de capital costarricense que posee varias divisiones y esta se encarga de vender material eléctrico especializado, dando asesoría personalizada y atención de constructoras, desarrolladoras para atender el área

de proyectos. Actualmente tienen dos sucursales la principal en San Francisco de los ríos y otra en Liberia Guanacaste.

El Eléctrico es una compañía nacional que cuenta con la experiencia de una trayectoria ininterrumpida desde 1983, ha incursionado en la venta de material de baja y mediana tensión, siendo una empresa líder en la distribución de las principales marcas del mercado en material eléctrico además de ser importadores directos. Le brindamos el respaldo y el acompañamiento de un equipo técnico capacitado para orientar y brindar valor agregado en cada uno de los proyectos residenciales, comerciales e industriales (elelectrico.com, 2020, parr.1).

### **Distribuidora Eléctrica S.A. (DITESA)**

Empresa nacional que cursa en el sector eléctrico y de automatización de procesos, manejan más de 6000 artículos en stock, y dan servicio de almacén eléctrico especializado, enfocados muy fuerte en el sector industrial del país. Actualmente tiene tres sucursales en Cartago, La Uruca desde 2010 y Pérez Zeledón desde el 2005.

Abrimos nuestras puertas en 1979, gracias a la visión de nuestro fundador el Sr. Gonzalo Martínez, en un pequeño local ubicado 125 m. oeste de la Basílica de los Ángeles en Cartago, donde se generaron las bases que nos permitieron construir nuestro primer local a finales de los años 90, el cual al cabo del tiempo se hizo pequeño por lo que nos trasladamos a nuestro local actual en La Lima de Cartago en abril del 2003 (ditesacr.com, 2020, parr.1).

### **Almacén Mauro**

Almacén Mauro es un almacén eléctrico especializado que cuenta con cuatro sucursales en el país, una en San José centro que fue la primera en operar, otra sucursal en Sabana Norte que se enfoca más en lujo y automatización, una tercera en Liberia Guanacaste y la cuarta es una sala de acabados en Guachipelín Escazú donde también se encuentra su centro de distribución.

Nacimos en abril de 1946 con el nombre Almacén Mauro, un negocio tradicional que ofrecía materiales para la construcción, alimentos y artículos para el hogar. En estos más de 70 años hemos evolucionado hasta posicionarnos como una sólida empresa nacional, especializada en la comercialización de materiales eléctricos, iluminación y datacom (mauroenlinea.com, 2020, parr.1).

## **Grupo Diez**

Grupo Diez es una empresa sólida del sector eléctrico que cuenta con varias empresas hermanas, en el sector eléctrico cuenta con 9 sucursales en todo el país, las últimas abiertas en el 2019 en San Carlos de Alajuela y en el 2020 en Desamparados San José.

“Distribución y venta de accesorios eléctricos, apagadores, tomacorrientes y conectores, cableado estructurado, control de iluminación, controles y sensores industriales, con sucursales en Heredia Centro, Belén y San Joaquín de Flores, Alajuela, Cartago, Uruca en San José y Huacas en Guanacaste” (gdiez.com, 2018, parr.1).

## **Construplaza**

Construplaza es el centro más completo en materiales de construcción, ferretería y centro de acabados. Ofrecen desde material de construcción, hasta los más finos acabados como travertinos de Perú y porcelanatos de Italia. Posee dos sucursales una en Escazú donde se encuentra el centro de distribución y otra en Alajuela centro.

Iniciamos operaciones hace más de 30 años en el centro de San José con un depósito de materiales de construcción. Luego en el 2001 consolidamos nuestra operación en Escazú, donde contamos con un área de 16.000 m<sup>2</sup> para nuestra Tienda y Bodegas. (facebook.com/pg/Construplaza/about, 2020, parr.1).

## **EPA**

Epa es una empresa de capital venezolano, que llegó al país en el año 2005, actualmente posee tiendas en Belén, Curridabat, Escazú, Tibás y Desamparados. El éxito de esta tienda de conveniencia en Costa Rica es su amplio horario de trabajo, que permite comprar en horas donde la mayoría de los locales están cerrados, y fines de semana con horario normal.

Somos la red de tiendas con soluciones para proyectos relacionados con la construcción, decoración y remodelación, con un amplio surtido, los precios más bajos del mercado y un excelente servicio. Creemos que invertir en el hogar aumenta el bienestar y la calidad de vida de la familia, por eso consideramos que proporcionar artículos de muy buena calidad, prácticos y al mejor precio, ayuda a que la infraestructura de los hogares sea mejor, y por ende, estar en el hogar se pueda convertir en algo agradable para la familia” (epa.biz, 2020, parr.1).

## **Electro Beyco**

Electrobeyco es una empresa de capital costarricense ubicado en la zona norte del país, específicamente en San Carlos de Alajuela, es el almacén eléctrico especializado más importante del lugar debido a su amplia experiencia con motores y soluciones electromecánicas.

Electro Beyco es una empresa con más de 40 años de experiencia en el suministro e instalación de materiales eléctricos y soluciones electromecánicas. Las alianzas que mantenemos con las principales marcas y fabricantes en esta área, así como el profesionalismo de nuestro equipo de trabajo, nos permiten ofrecer calidad, seguridad y un trabajo garantizado a nuestros clientes (electrobeyco.com, 2020, par.1).

## **Competencia**

En Costa Rica Bticino cuenta con competencia tanto a nivel internacional como nacional, marcas importantes estadounidenses como Leviton, Cooper, Hubbell tienen presencia en el país por medio de un representante.

Hasta producto nacional como Eagle Electric quien fabrica sus productos de manera local aproximadamente cuenta con 35 años en el país (Eagle.cr, 2019).

### **Leviton**

Compañía estadounidense situada en Nueva York creada en 1906 por Isador Leviton emigrante ruso (Leviton.com, 2020).

No tiene fabrica ni oficina en el país, solo varias empresas representantes de la marca que importan sus productos como Almacén Mauro, Enersys y Elvatron.

### **Hubbell Incorporated**

Es una empresa estadounidense creada en Connecticut, Estados Unidos en 1859 por Harvey Hubbell (Hubbell.com, 2020).

No tiene fábrica ni oficina en el país, solo varias empresas representantes de la marca que importan sus productos como Grupo Diez, Dakalan y ELK.

### **Cooper Wiring Devices**

Es una división de Cooper Industries, empresa estadounidense con sede en Houston, Texas. Creada en 1833 por los hermanos Charles y Elias Cooper (Eaton.com, 2020).

Desde el 2012 es parte de Eaton Corporation Inc quien tiene operaciones en Costa Rica desde hace 50 años, posee planta donde fabrica sus productos y vende directo a la red de distribución, algunos de sus distribuidores de EATON en la división de Cooper Wiring Devices son DITESA y Almacén El Eléctrico.

## **Eagle Electric**

En los años setenta llega a abrir operaciones la empresa estadounidense Eagle Manufacturing Company Inc. Años después la empresa es adquirida por otra marca, pero las operaciones continúan trabajando ahora con capital costarricense. Eagle fabrica accesorios eléctricos desde hace 35 años y abastece tanto el mercado nacional como internacional ya que importa por todo Centroamérica (Eagle.cr, 2019).

A nivel ferretero Eagle presenta la más fuerte competencia de Bticino, el portafolio de productos es parecido, la penetración en el mercado es igual para ambos, se puede decir que en la mayoría de los puntos de venta se encuentran ambas marcas con igual presencia de mercadeo y exhibición. Algunos de los productos que maneja Eagle Electric son:

- Plaquería; T&J, Decor, Plata y Eterna
- Enchufes y Conectores
- Cajas de Piso
- Extensiones, Regletas y Timbres
- Enchufes y Conectores de Seguridad
- Canaletas
- Canasta Electrosoldada
- Sensores de Movimiento

## **Regulación del mercado de los accesorios eléctricos en Costa Rica**

La normalización de los accesorios eléctricos está regulada por el código eléctrico nacional NEC por sus siglas en inglés, y es uno de los tantos códigos que realiza una autoridad muy importante en Estados Unidos la “National Fire Protection Association”, NFPA por sus siglas en inglés.

La NFPA es una institución sin fines de lucro, nace en Boston Estados Unidos en 1896 cuando un grupo de profesionales interesados sienten la necesidad de abordar las diferencias que existían en el diseño de sistemas contra incendio. Durante más de 100 años NFPA ha estado creando y actualizando códigos y normas de seguridad para evitar incendios (nfpa.org, 2019).

“La misión de NFPA es reducir la carga mundial de fuego y otros peligros en la calidad de vida al proporcionar y abogar por códigos y estándares de consenso, investigación, capacitación y educación” (NFPA, 2019, parr.2). La NFPA 70 es la que lleva el nombre de código eléctrico esta adoptado en 50 estados de Estados Unidos, es el punto de referencia para el diseño eléctrico seguro, la instalación y la inspección para proteger a las personas y la propiedad de los riesgos eléctricos (nfpa.org, 2019).

En Costa Rica se adopta la última versión 2014 del NEC en español en el año 2019 y es regido y regulado por el colegio federado de ingenieros y arquitectos CFIA.

## **Empresa Bticino**

Bticino es fundada en 1936 por los hermanos Arnaldo, Luigi y Ermanno Bassani, con el nombre de Interruptores eléctricos Ticino en honor al río que atraviesa la ciudad de Varese (porteralia.com, 2020). Su primera fábrica se ubica en Lombarda de Varese en 1945, después de la Segunda Guerra Mundial en medio de la revolución industrial. En 1948 la empresa se convierte en Ticino Bassani SA, y se especializa en la fabricación de componentes eléctricos para la vivienda debido principalmente al aumento de la demanda provocado por la construcción después de la Segunda Guerra Mundial (Bticino.com, 2017)

Junto con los cambios tecnológicos en los equipos eléctricos, el Ticino Bassani (nombre adoptado en 1948) desarrolla una serie de dispositivos para el control de la distribución de baja tensión, y ha desarrollado diferentes series de



productos como vídeo porteros y porteros electrónicos, así como sistemas digitales de control del hogar. En 1989 Bassani Ticino se convierte en parte del grupo francés Legrand, cambiando su nombre por el de Bticino (porteralia.com, 2020).

## **Empresa Bticino en Costa Rica**

Este proyecto se lleva a cabo en la empresa Bticino Costa Rica, empresa líder en la fabricación de accesorios eléctricos desde el año 1936 en Limoges, Francia (porteralia.com, 2020). Cuenta con presencia en más de 180 países, en Costa Rica se encuentra desde el año 1975. Cuenta con 37,000 empleados alrededor del mundo y más de 60 marcas de carácter mundial en su portafolio de productos.

### **Misión**

A continuación, se plantea la misión de la empresa Bticino:

“Ser especialista en la región a través de productos y sistemas innovadores para instalaciones eléctricas y redes de información para residencias, comercio e industria; con un desarrollo rentable a través del tiempo, con ética, responsabilidad social y ambiental” (sharepoint-one.dialeg.com, 2015, parr.1).

### **Visión**

Seguidamente se plantea la visión de la empresa Bticino:

- “Convertirse en el líder de los productos y sistemas para instalaciones eléctricas y redes de información en todos los mercados” (sharepoint-one.dialeg.com, 2015, parr.2).

- “Convertirse en el actor de referencia de la inteligencia eléctrica con soluciones y servicios innovadores” (sharepoint-one.dialeg.com, 2015, parr.3).

## Valores Corporativos

Según la página interna de la compañía sharepoint-one.dialeg.com (2015), la empresa cuenta con valores corporativos, los cuales deben cumplirse para identificar a los colaboradores internos la compañía, los valores son:

- **Escucha de los Clientes:** El grupo enfatiza mucho en saber escuchar las necesidades y quejas de los clientes, ya que el cliente es uno de los pilares fundamentales de la compañía (sharepoint-one.dialeg.com, 2015).
- **Valorización de los Recursos:** La empresa le brinda al colaborador todos los recursos necesarios para llevar a cabo su gestión, por lo tanto, es deber del mismo el cuidado y buen uso de estos recursos (sharepoint-one.dialeg.com, 2015).
- **Innovación:** Es la razón de ser del grupo, pioneros en innovación desde tiempos inmemorables, siempre invirtiendo en investigación y desarrollo para ir adelante satisfaciendo y creando necesidades en los clientes (sharepoint-one.dialeg.com, 2015).
- **Ética del comportamiento:** Todo colaborador Bticino tiene que seguir el código de ética establecido por la compañía al realizar sus labores, para ir de acuerdo con los valores y principios de la compañía (sharepoint-one.dialeg.com, 2015).

## Oferta de productos

La oferta de productos que ofrece Bticino abarca desde soluciones para la distribución y protección de energía; tableros y breakers, sistemas de

canalización, accesorios eléctricos como tomacorrientes y apagadores, sistemas de Comunicación como audio y video y transmisión de datos, así como automatización de sistemas para iluminación, seguridad, climatización, sonido (Bticino.cr, 2015).

“Con presencia en Costa Rica desde 1975, se comercializa y distribuye la oferta en todo Centro América, el Caribe y Ecuador, a través de oficinas regionales en estos países, apoyados por la red de distribuidores” (Bticino.cr, 2015, parr.1)

## **Marcas de líneas Eléctricas**

Bticino cuenta con muchas marcas en su portafolio algunas también complementadas con marcas del grupo Legrand, las cuales se derivan para una función en específico, las más importantes son:

- Protección y Distribución: Btdin, Megatiker e Easytiker, Tiven, Tibra y BtPlug.
- Sistemas de canalización: DLP y DLPs.
- Intercomunicación: kits 360 y sistemas de intercomunicación.
- Sensores de movimiento: Wattstopper y DLM.
- Sistemas de telecomunicaciones: ON-Q
- Accesorios Eléctricos: Domino Sencia, Modus Style, Matix, Living Light, Axolute, Radian, Pass and Seymour, Adorne.
- Cableado estructurado: Ortronics
- Canastas y bandejas: Cablofil

## **Negocio de triple utilidad en Bticino Costa Rica**

El grupo Bticino tiene un compromiso con el medioambiente, promueve la eficiencia energética poniendo a disposición de los clientes soluciones que permitan mejorar la eficiencia energética de los edificios residenciales, terciarios e industriales. Desarrolla productos de alto rendimiento medioambiental y limita

el impacto medioambiental relacionado con la actividad del grupo mediante la implantación del sistema de gestión del medio ambiente.

“Desde hace muchos años, el Grupo Legrand viene comprometiéndose con sus clientes y colaboradores en una gestión de progreso para garantizar un crecimiento rentable, permanente y responsable de sus actividades” (legrand.com.co, 2020, parr.1).

Como fabricante de soluciones eléctricas fabrica los sistemas de control y ahorro energético que necesita cualquier empresa para poder implementar un plan de sostenibilidad. Esto facilita la aplicación de esta estrategia en sus procesos de producción, sin embargo, no se aplica al cien por ciento por que las instalaciones de las oficinas centrales tienen mucho tiempo de construidas.

La idea con esta estrategia de triple utilidad es adecuar un plan para el cual se debe invertir en remodelación del edificio, en consultores o empresas que brinden servicios medioambientales; esto se traduce en una inversión inicial para poder llevar a cabo el proyecto.

**Figura 1: Sustentabilidad del grupo Bticino.**



Fuente: Grupo Legrand, 2020.

Mencionan tres importantes divisiones de sustentabilidad, **gobierno corporativo**, ejerciendo prácticas como implicación a los proveedores en la gestión de desarrollo sostenible y aplicando los compromisos éticos en el ámbito cotidiano, **medioambiente** como con el desarrollo de productos de alto rendimiento medioambiental, limitando el impacto ambiental relacionado con la actividad del grupo y promoviendo la eficiencia energética. En la parte **social**, desarrollando el acceso a la electricidad, invirtiendo en sus colaboradores y actuando para la existencia a la autonomía (legrand.com.co, 2020).

## **Datos del Negocio de triple Utilidad en Bticino CR**

Bticino es consciente como compañía de la estrategia de triple utilidad, en Costa Rica aún no se ha llevado a un nivel tan avanzado, sin embargo, buscan un equilibrio sostenible. En algún momento se realizan labores que ayudan al medioambiente, como el cambio de bombillas a led para bajar el consumo eléctrico, también el reemplazo de todos los interruptores de las oficinas, pasillo y áreas comunes por sensores de movimiento, colocación de basureros de reciclaje, subvención de estudios a empleados.

Sin embargo, estos esfuerzos no son medibles ni suficientes, nadie lleva un control de estos y el personal no se ha capacitado para que sepa utilizar las medidas. No existe una estrategia de triple utilidad sino intentos de mejora que en algún momento se realizan y no se le da seguimiento con el tiempo.

## **Marco teórico**

Este apartado del trabajo se enfoca en la teoría que se debe conocer para ahondar en el tema de triple utilidad, es importante tener claro conceptos básicos en torno a la situación y la administración de una empresa para poder entender la relación de esta teoría con el desarrollo del concepto en estudio. Se derivan del tema principal amplios conceptos nuevos, por ejemplo, el significado de la economía y sus ramas macroeconomía y microeconomía; pero se derivan

también del tema en estudio conceptos más específicos como la administración de una empresa, entender esta teoría ayuda a entender el trasfondo del trabajo.

Cuando se tiene clara la estructura de una organización y se conoce cuales departamentos existen y que funciones tienen, se facilita la implementación de proyectos nuevos, porque se designa un responsable y se solicita la colaboración de los demás colaboradores. Siempre y cuando el departamento financiero lo autorice y la inversión que se destine al proyecto tenga un retorno.

## **Economía**

Es de verdadera importancia entender el significado del concepto de economía, Oikos, palabra derivada del griego que significa casa y Nomos que en griego significa ley; se relaciona desde tiempos muy remotos con los ingresos y egresos de una casa. La economía se considera una ciencia social por que estudia a las personas en su ambiente, y también se considera una ciencia histórica por que la sociedad cambia a través del tiempo (Ávila, 2016).

Existen muchas definiciones de economía, sin embargo, sobresalen dos enfoques: la subjetiva y la objetiva. La diferencia entre ambas definiciones estriba en la escasez de satisfacciones sociales establecida por la teoría subjetiva, la objetiva no contempla el volumen de satisfactores solamente se enfoca en las normas que regulan una actividad económica (Ávila, 2016).

### **Definición Objetiva**

Esta definición proviene de Federico Engels quien indica: “La economía política es la ciencia que estudia las leyes que rigen la producción, la distribución, la circulación y el consumo de los bienes materiales que satisfacen necesidades humanas” (Ávila, 2016, p.8). La teoría de la economía objetiva tiene como principio explicar que es el valor en una sociedad determinada y la capacidad de

utilizar los bienes para satisfacer necesidades, o de intercambiar esos bienes que se obtienen trabajando.

## **Definición Subjetiva**

Esta definición es dada por Robbins (2005) quien dice: “La economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar” (Ávila, 2016, p.8).

“El conjunto de actividades que realizan los seres humanos con el objeto de producir (u obtener) los bienes y servicios que requieren para la satisfacción de sus necesidades recibe el nombre de economía” (Maza, 2002, p.9). Es tan solo otra de las definiciones que existen sobre esta ciencia. La actividad económica puede ser analizada desde dos ópticas diferentes las cuales reciben el nombre de macroeconomía y microeconomía. La microeconomía estudia a visión del conjunto y la microeconomía estudia el conocimiento de los componentes o partes que conforman ese conjunto.

## **Macroeconomía**

La macroeconomía según Hall y Taylor (1992): “es la rama de la teoría económica que trata de explicar cómo y porqué la economía crece, fluctúa y evoluciona con el paso del tiempo” (p.4). Cada día la economía se hace más grande y progresa con el paso del tiempo, el crecimiento económico no es un proceso continuo. Incluso cuando el crecimiento económico global es relativamente continuo, los tipos de bienes que se producen tienen grandes cambios.

La senda ascendente general de la economía es el resultado de fuerzas que evoluciona a un ritmo más lento, por ejemplo, la innovación tecnológica y el crecimiento poblacional. Las recesiones y otras las fluctuaciones alejan la economía del crecimiento continuo. La macroeconomía trata de explicar esas

fluctuaciones. Algunos objetos de estudio de la macroeconomía son, el ingreso y gasto social, nacional, multinacional; la riqueza social o nacional, el empleo, el desempleo; el ingreso y gasto público; la balanza comercial y la de pagos; el nivel de precios, la circulación monetaria, la liquidez; la economía nacional o internacional; el gobierno, entre otros.

## **Microeconomía**

La microeconomía se dedica al estudio de las partes que componen el conjunto macroeconómico y de los individuos que realizan esas acciones. Algunos objetos de estudio son: sujetos individuales como una compañía, un producto, la persona que consume, el empleado, la persona que ahorra; y de magnitud como, lo que produce la compañía, el precio, la demanda de esa producción, el mercado donde se vende, la situación particular de una organización.

La microeconomía trata de la búsqueda de la mejor elección de las empresas en su toma de decisiones. (Rionda, 2000). Un ejemplo es el estudio de la empresa, entendida esta como la iniciativa. Las leyes que rigen o explican su conducta deben ser concebidas desde dos sentidos: desde dentro lo que toca a la eficiencia, y desde fuera que corresponde a su eficacia o competitividad en su entorno, el mercado (Stiglitz y Walsh, 2009).

## **Empresa**

El día de hoy existen muchas organizaciones, y todas son importantes por diferentes razones, ya sea por lo que producen, o por su nivel financiero, por sus relaciones contractuales, etc. Por estos motivos se considera a la organización como una realidad socioeconómica a estudiar en el campo de las ciencias sociales, particularmente en el campo de la economía (Gil, 2010). Ante todo, una compañía la forman dos elementos indispensables el dinero y las personas. Ambos elementos se combinan, en diferente proporción, y se integran de manera que no puede existir uno sin el otro.



Una empresa es una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas, que producen un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado ese dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (los clientes). (López, 2012, p.29).

Se derivan de la empresa varios conceptos importantes de mencionar, capital: es el dinero y las personas que son dueños de ese dinero, trabajo: esfuerzo físico y mental que ponen las personas para complementar al capital; capitalistas: propietarios del capital; trabajadores: los empleados.

## **El dinero (el capital) en la empresa**

A los capitalistas se les conoce como los propietarios que son los que toman las decisiones. El dinero de los capitalistas se materializa en cosas que la empresa necesita para funcionar (activos de la empresa). Las empresas pueden ser de un solo dueño, o de un conjunto de personas por medio de una sociedad. Los dueños de las empresas pueden cobrar su beneficio por medio de dos posibilidades, primero como un sueldo mensual con un monto definido, o por medio de dividendos los cuáles serán las ganancias de la empresa después de rebajos, repartidos de manera acordada si son más de un dueño (López, 2012).

## **Las personas en la empresa**

Las personas son el capital humano de las empresas. Aportan sus capacidades, ya sean físicas (como la fuerza o la resistencia) o intelectuales (la inteligencia, los conocimientos, la intuición). Son las personas quienes le dan vida al dinero invertido en la empresa, las que permiten que el negocio sea rentable (López, 2012).

## **Administración**

Según Robbins (2005) “La administración consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, trabajo realizado por la posición gerencial” (p.7). La administración requiere la culminación eficiente y eficaz de las actividades laborales de la organización; en tanto que la eficiencia concierne a los medios para hacer las cosas, la eficacia tiene que ver con los fines, con la consecución de las metas de la organización. La mala administración es resultado de la ineficacia y la ineficiencia (Robbins, 2005).

### **Eficiencia**

Consiste en obtener los mayores resultados con la mínima inversión. Los gerentes tienen que aprovechar eficientemente los recursos escasos (personas, dinero y equipo) (Robbins, 2005). Un gerente que logre crear un producto eficiente en relación con la cantidad de insumos (mano de obra, materia prima, tiempo) que necesito para realizarlo.

### **Eficacia**

Se define como hacer las cosas correctas, es decir, las actividades de trabajo con las que la organización alcanza sus objetivos (Robbins, 2005). Un gerente que logre producir lo que le mercado pida y no lo que sepa hacer bien que no se le venda. Debe lograr el equilibrio entre ambas características.

“El éxito que puede tener la organización al alcanzar sus objetivos y también satisfacer sus obligaciones sociales depende, en gran medida, de sus gerentes. Si los gerentes realizan debidamente su trabajo, es probable que la organización alcance sus metas” (Finch, Edward y Gilbert, 1996, p.9).

## Gerencia

“Un gerente es alguien que consigue resultados trabajando con y por medio de otros. Un gerente es alguien que hace bien lo adecuado” (Tracy, 2015, p.3). También existe el tipo de gerente que obtiene resultados superiores a los que le solicitaron, liberando el potencial de los demás para que den lo mejor de su mismos, este es un gerente excelente. El trabajo que hacen y como lo hacen los gerentes son los factores clave para el éxito corporativo (Tracy, 2015).

### Tipos de gerentes

Existen diferentes tipos de gerentes en las organizaciones, pueden trabajar en diferentes niveles de una empresa y ejerciendo diferentes actividades en ella. Los niveles en los que se dividen los gerentes son; primeramente, **gerentes de primera línea** también llamados “supervisores” o “jefes” son los que están a cargo del trabajo de los demás, esos que ocupan el nivel más bajo de la compañía. Su función es liderar a los empleados que no son gerentes, no supervisan a otros gerentes. También existen los **gerentes medios**, gerentes que dirigen las actividades de los gerentes de primera línea y en ocasiones también a empleados. Y por último en las organizaciones existe la **alta gerencia**, también llamada dirección o subdirección, está compuesta por una junta de personas que son los responsables de liderar toda la empresa (Tracy, 2015).

### Los gerentes

Así como no existen dos empresas iguales, tampoco existen dos gerentes iguales. Los investigadores de la administración crean tres esquemas de clasificación para describir lo que hacen los gerentes: por funciones, papeles (roles) y habilidades (Robbins, 2005).

## Funciones

En la actualidad los gerentes deben desempeñar cuatro funciones administrativas muy importantes: planear, organizar, dirigir y controlar. La **planeación** es de vital importancia para la definición las metas, precisar las estrategias para alcanzar esa meta y trazar planes para integrar y liderar las actividades. Cuando los gerentes **organizan** determinan las tareas a ejecutar, quien debe realizarlas, en que grupos se hacen, a quien se debe reportar, y quien tomara las decisiones (Robbins, 2005).

Para lograr estas metas los gerentes deben **dirigir** a sus subordinados, por ejemplo, motivando su trabajo, interviniendo sus equipos para que hagan un mejor trabajo, determinan el mejor canal de comunicación y se inquietan por sus empleados. El proceso de **control** es lo que se entiende de revisar, contrastar y arreglar el trabajo que se realiza para llegar a la meta (Robbins, 2005).

## Roles

Según como indica Robbins (2005), el investigador Henry Mintzberg concluye que los gerentes desempeñan 10 roles muy importantes los cuales se agrupan en tres: relaciones personales (interpersonales), transferencia de información y toma de decisiones. Los roles **interpersonales** tienen que ver son la gente interna o externa a la organización, los tres roles interpersonales son figura de autoridad líder y enlace. Los roles **informativos** consisten en recibir, almacenar y difundir información, incluyen el del supervisor, el de difusor y el vocero. Los roles de **decisión** son: empresario, manejador de perturbaciones, distribuidor de recursos y negociador (Robbins, 2005).

**Figura 2: Roles del gerente según Mintzberg.**

Rol	Descripción	Ejemplos de actividades identificables
<b>Interpersonal</b>		
Figura de autoridad	Jefe simbólico; obligado a realizar deberes rutinarios de índole legal o social	Recibir a los visitantes; firmar documentos legales
Líder	Responsable de la motivación de los subordinados; responsable de reunir al personal, capacitarlo y deberes relacionados	Realizar prácticamente todas las actividades que se refieren a los subordinados
Enlace	Crea y mantiene una red de contactos externos e informadores que le hacen favores y le dan información	Tramitar el correo; trabajar con organismos externos; realizar otras actividades con gente de fuera
<b>Informativo</b>		
Supervisor	Busca y recibe amplia información interna y externa para comprender a fondo la organización y el ambiente	Leer periódicos e informes; cultivar contactos personales
Difusor	Transmite la información recibida de fuera o de los subordinados a los miembros de la organización	Celebrar juntas de información; llamar por teléfono para difundir información
Vocero	Transmite información a gente de fuera sobre los planes de la organización, políticas, acciones, resultados, etcétera	Celebrar juntas de directores; dar información a los medios de comunicación
<b>De decisión</b>		
Empresario	Busca oportunidades en la organización y el entorno e inicia "proyectos de mejora" para producir cambios	Organizar la estrategia y sesiones de revisión para crear programas nuevos
Manejador de perturbaciones	Es responsable de las acciones correctivas cuando la organización enfrenta perturbaciones graves e inesperadas	Organizar la estrategia y sesiones de revisión en caso de perturbaciones y crisis
Distribuidor de recursos	Es responsable de la asignación de todos los recursos de la organización; toma o aprueba todas las decisiones importantes de la organización	Programar; solicitar autorizaciones; realizar las actividades que conciernen al presupuesto y la programación del trabajo de los subordinados
Negociador	Es responsable de representar a la organización en las principales negociaciones	Participar en las negociaciones contractuales con el sindicato
<small>Fuente: H. Mintzberg, <i>The Nature of Managerial Work</i>, Nueva York, Harper &amp; Row, 1973, pp. 93-94. Copyright © 1973 por Henry Mintzberg. Reimpreso con autorización de Harper &amp; Row, Publishers, Inc.</small>		

Fuente: Robbins, 2005, p.11.

## Habilidades

Según Robbins (2005) el investigador Robert L. Katz determina que los puestos gerenciales necesitan tres destrezas básicas para llevar a cabo los deberes y responsabilidades que definen su trabajo. Las **habilidades técnicas** que se entiende como el conocimiento y la competencia con otros colegas en un trabajo especializado, estas destrezas son más importantes en los gerentes que tienen contacto directo con los colaboradores que hacen el trabajo de la compañía. Las **habilidades de trato personal** radican en la capacidad de laborar con las demás personas de manera positiva tanto individual y grupal. Por último, las **habilidades conceptuales** son las que poseen los gerentes para actuar ante situaciones complicadas. Estas habilidades son más importantes en los niveles administrativos superiores.

**Figura 3: Habilidades de administración.**

<p><b>Habilidades conceptuales</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de aprovechar la información para resolver problemas de las empresas</li><li>• Identificar las oportunidades de innovación</li><li>• Reconocer los aspectos problemáticos y aplicar las soluciones</li><li>• Elegir la información crucial en grandes volúmenes de datos</li><li>• Comprender las aplicaciones de la tecnología en la empresa</li><li>• Comprender el modelo comercial de la organización</li></ul> <p><b>Habilidades de comunicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de transformar las ideas en palabras y acciones</li><li>• Credibilidad entre los colegas, compañeros y subordinados</li><li>• Capacidad de escuchar y hacer preguntas</li><li>• Capacidades de hacer presentaciones de palabra</li><li>• Capacidades de hacer presentaciones con textos y gráficas</li></ul> <p><b>Habilidades de eficacia</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de aportar a la misión de la corporación y los objetivos de su departamento</li><li>• Enfoque en los clientes</li><li>• Capacidad de desempeñar varias tareas; realizarlas a la vez</li><li>• Habilidades de negociación</li><li>• Administración de proyectos</li><li>• Capacidad de revisar las operaciones y hacer mejoras</li><li>• Fijar y mantener criterios de desempeño internos y externos</li><li>• Determinar prioridades de atención y actividad</li><li>• Administración del tiempo</li></ul> <p><b>Habilidades de trato personal</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidades de director y tutor</li><li>• Diversidad: trabajar con personas y culturas diversas</li><li>• Formar redes sociales dentro de la organización</li><li>• Formar redes sociales fuera de la organización</li><li>• Trabajar en equipo; cooperación y compromiso</li></ul> <p><small>Basado en la encuesta de habilidades y competencias de la Asociación Estadounidense de Administración, marzo-abril de 2000, en el sitio Web de la asociación (<a href="http://www.ama.org">www.ama.org</a>), 30 de octubre de 2002.</small></p>
--

Fuente: Robbins, 2005, p.13.

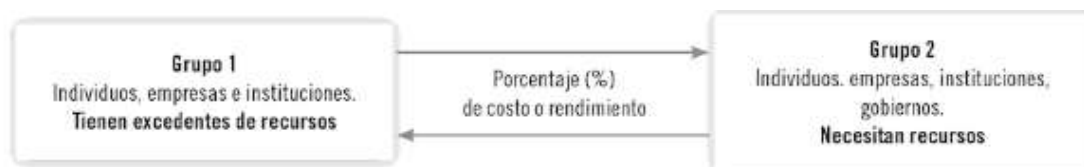
## Finanzas

“Las finanzas estudian la manera es que los recursos escasos se asignan a través del tiempo” (Bodie y Merton, 2003, p.2). Y se observa como once años después otra definición viene a decir: “Finanzas se puede definir como el conjunto de actividades que, a través de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valor” (García, 2014, p.1).

Este concepto se entiende mejor si se puede imaginar que en el mundo existen dos grupos, el primero de ellos gana más de lo que gasta, mientras que el segundo quiere o necesita gastar más de lo que tiene. Las finanzas son un acuerdo al que han llegado los dos grupos que existen para poder arreglar sus

diferencias y que ambos ganen, tanto el que necesita el dinero como el que lo presta, obteniendo ambos beneficios. A estas acciones se les llama operaciones financieras (García, 2014).

**Figura 4: Operaciones financieras.**



Fuente: García, 2014, p.2.

Dependiendo del tipo de actividades y del ámbito en que se toman las decisiones, las finanzas se pueden clasificar en tres grupos: públicas, corporativas y personales.

**Figura 5: Clasificación de las finanzas.**

Clasificación	Participantes
Finanzas públicas	Gobiernos
Finanzas corporativas	Empresas
Finanzas personales	Individuos

Fuente: García, 2014, p.3.

## Finanzas personales

Cuando un individuo requiere recursos que no tiene para comprar un bien, recibe el nombre de emisor, por el contrario, cuando se poseen recursos de sobra se llaman inversionistas. Pero cuando la persona tiene recursos excedentes y deposita su dinero en el banco, se convierte en inversionista; y el banco en el emisor o deudor (García, 2014).

## Finanzas corporativas

Cuando las empresas detectan alguna oportunidad de inversión requieren capital, generalmente recurren a un banco por un préstamo de efectivo, en este

caso la empresa se convierte en el emisor y el banco en el inversionista. También la empresa puede decidir aceptar dinero de los socios, en este caso la empresa crea acciones y los socios se convierten en los inversionistas. Pero cuando la organización decide invertir sus utilidades en una cuenta bancaria, el banco se convierte en el emisor y la compañía en el inversionista (García, 2014).

## **Finanzas públicas**

En la mayoría de los gobiernos mundiales generalmente los gastos son superiores a sus compromisos de gasto, y crean un déficit (diferencia entre los ingresos y los egresos). Es decir que deben buscar financiamiento, existen algunos instrumentos financieros como certificados o pagarés que los gobiernos emiten cuando los necesitan (García, 2014).

El objetivo de las finanzas públicas es lograr el crecimiento y la sustentabilidad de la economía, y el de las empresas es obtener utilidades que incrementen su valor, el propósito de las finanzas personales es acrecentar un patrimonio que permita vivir con solvencia económica y poder hacer frente a nuestras necesidades, gustos e imprevistos en el corto, mediano y largo plazo” (García, 2014, p.5).

Cuando las compañías manejan conceptos básicos financieros, sobre como generar utilidades y conocen a profundidad el gasto de su operación, son más asertivos al tomar buenas decisiones. Los principios básicos son conocer los activos de la empresa, el mercado financiero en el que se manejan, el valor de su capital, las tasas de intereses de sus deudas, la veracidad de sus activos fijos, estados financieros y contables.

## **Tasas de interés**

La tasa de interés puede observarse desde quien recibe el interés y desde quien los paga. Para quien presta el dinero la tasa de interés se considera una indemnización por permitirle a otra persona usar su dinero, y para quien recibe



el préstamo del dinero llamado deudor, es el precio que debe pagar por usar el dinero de otra persona (García, 2014).

## **Gestión social empresarial**

En los últimos años todas las publicaciones mencionan el tema de responsabilidad social corporativa, tema muy relacionado con la ética. Y como cada día las organizaciones buscan su aplicación en su estrategia de negocio, el consumidor y las empresas están cada vez más concientizadas de su responsabilidad social en calidad de participantes en el proceso de fabricación, distribución y venta/consumo. La empresa busca obtener beneficios, pero no a cualquier costa (Navarro, 2012).

Las actuaciones económicas y las hipótesis morales establecen un vínculo inevitable desde el principio de la economía como ciencia. La responsabilidad social “es la realización de obras de interés social o cualquier tipo de práctica que suponga un beneficio social” (Carneiro, 2004, p.34). Las cuatro razones que influyen para que las empresas se sometan a un balance social en su actuar son:

1. La satisfacción misma por realizar lo correcto.
2. Evitar las consecuencias de prácticas indebidas.
3. La resolución de problemas de índole social.
4. Lograr beneficios a largo plazo.

Existen tres reglas para obtener una actuación responsable: la primera, quien dirige la empresa debe subordinar sus acciones a un estándar de conducta ética, segundo, el directivo se cuestiona que pasa si todas las organizaciones actúan de esa manera, y tercero, al ser cada uno responsables de los impactos que causa al entorno, la empresa tiene el deber de identificarlos y si tiene un impacto en la sociedad no deseable es responsabilidad de la empresa evitarlo (Carneiro, 2004).

En la empresa coexiste una doble dimensión de responsabilidad social: la dimensión interna y la dimensión externa, la diferencia entre ambas radica en el control y ámbito de afección de la empresa sobre los comportamientos socialmente responsables (Rodríguez, 2012).

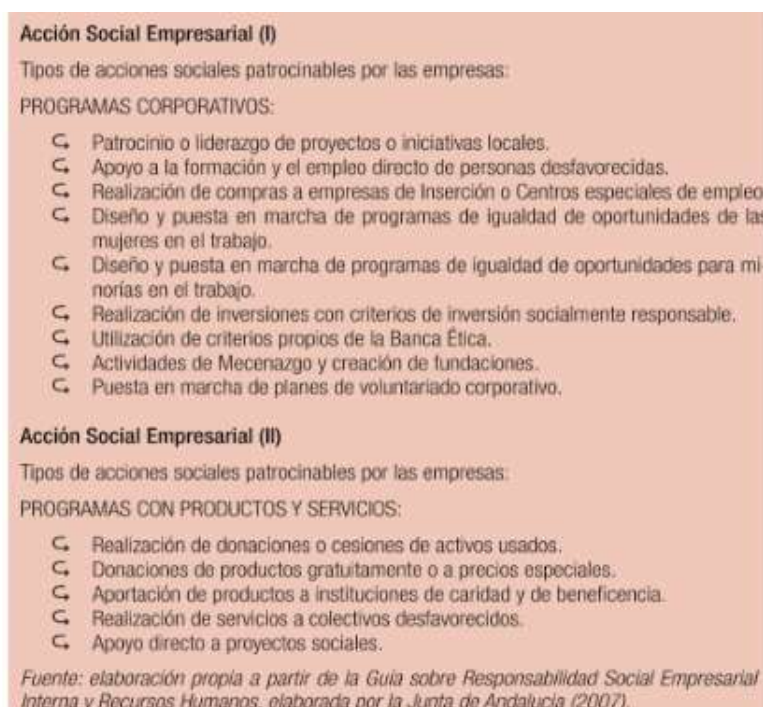
## Responsabilidad social interna

“La responsabilidad social empresarial, desde su dimensión interna contempla el interior de la empresa desde la perspectiva del interés social, más allá de la mera rentabilidad empresarial” (Rodríguez, 2012, p.23). Se centra en el entorno de la función ejercida por la gestión de los recursos humanos. Incluye como aspectos claves:

- La salud y seguridad laboral
- La formación y participación de los trabajadores en la empresa
- La gestión de la calidad

Estas acciones abren un camino para hacer el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

**Figura 6: Ejemplos de acciones sociales empresariales.**



Fuente: Rodríguez, 2012, p.24.

## **Responsabilidad social externa**

La dimensión social externa “se refiere a aquel conjunto de actividades que quedan fuera del ámbito de gestión y control directo de la empresa, pero sobre las cuales puede de algún modo influir a través de su actividad” (Rodríguez, 2012, p.25). Las diferentes ayudas se trasladan desde las comunidades cercanas a la compañía, hasta a los mismos empleados de la empresa, también entes externos a la misma incluyendo desde socios, proveedores, consumidores, transportistas, accionistas, ONGs de las comunidades. Se descartan seis aspectos en los que la empresa interactúa y puede tener relación con la comunidad:

- Educación.
- Empleabilidad.
- Impacto en la comunidad.
- Voluntariado corporativo.
- Acción social.
- Diálogo con grupos de interés.

“Las relaciones de la empresa con los interlocutores externos y su entorno social y medioambiental en sentido amplio se determinarán que pueda ser considerada socialmente responsable” (Rodríguez, 2012, p.25).

## **Gestión ambiental empresarial**

Según la revista digital Murcia (2003), “hasta no hace mucho tiempo empresa y medio ambiente eran dos elementos enfrentados” (parr.1). Las organizaciones de diferentes ramas (industria, construcción, agricultura, etc) son fuentes activas de contaminación y de destrucción ambiental, y se piensa que la preocupación ambiental es un freno al crecimiento empresarial y a la apertura de nuevos empleos.

Con la introducción del concepto de desarrollo sostenible se ha cambiado el pensar de las organizaciones y al observar la necesidad de minimizar el impacto irremediable de la crisis ambiental las empresas se han visto ante la necesidad de bajar su huella de impacto al planeta. Algunos de estos impactos son; la destrucción de la capa de ozono, el cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la contaminación de los recursos vitales aire, agua, suelo y el incremento de los residuos (Murcia, 2003).

Todo negocio ya sea de bienes o servicios lleva a cabo prácticas de gestión del medio ambiente y estas les permiten evitar o anticiparse a posibles daños medioambientales generados por su manufactura o entrega al cliente final. Algunos beneficios importantes son: aumento de la eficiencia en la creación de productos o servicios, oportunidades de negocios verdes, buena imagen medioambiental, acatamiento de regulaciones nacionales e internacionales (Cegesti, 2004).

La dimensión ambiental de la sostenibilidad se refiere a los impactos de una organización en los sistemas naturales vivos e inertes, incluidos en los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua. Los indicadores ambientales cubren el desempeño en relación con los flujos de entradas (materiales, energía, agua) y de salida (emisiones, vertidos, residuos)” (Rodríguez, 2012, p.18).

Si una empresa quiere ser socialmente responsable, debe enumerar en sus memorias de sostenibilidad sus objetivos en relación con el desempeño relativo a los aspectos medioambientales.

**Figura 7: Ejemplos de indicadores medioambientales.**

Dimensión	Información a aportar	Ejemplos de Indicadores
<b>Ambiental</b>	Materiales	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.
	Energía	Consumo directo e indirecto desglosado por fuentes primarias.
	Agua	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.
	Biodiversidad	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.
	Emisiones, vertidos, residuos	Emisiones totales, directas o indirectas, de gases efecto invernadero
	Productos y servicios	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos
	Cumplimiento normativo	Coste de multas por incumplimiento de legislación medioambiental
	Transporte	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.
	Aspectos generales	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los elementos a tener en cuenta en el enfoque de gestión e indicadores de desempeño de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, v.3.0. GRI.

Fuente: Rodríguez, 2012, p.18.

## Utilidad empresarial

“El punto de equilibrio es el nivel de actividad en el cual los ingresos y los costos operacionales esperados de una empresa son iguales. Cuando una empresa trabaja en equilibrio, no genera utilidades ni incurre en pérdidas” (Mendoza, 2004, p.226). Es una de las explicaciones que mejor definen la palabra, sin embargo, ocho años después un autor también dice: “Para mejorar la rentabilidad del activo o potencial de utilidad de la empresa tenemos dos opciones: mejorar la eficiencia en la operación o mejorar la eficiencia en la inversión de la empresa” (Barajas, 2008, p.117).

Encontrando el punto de equilibrio de una compañía no se logra mucho, para que una empresa prospere debe generar utilidades (Keat y Young, 2004).

**Figura 8: Grafica de punto de equilibrio.**



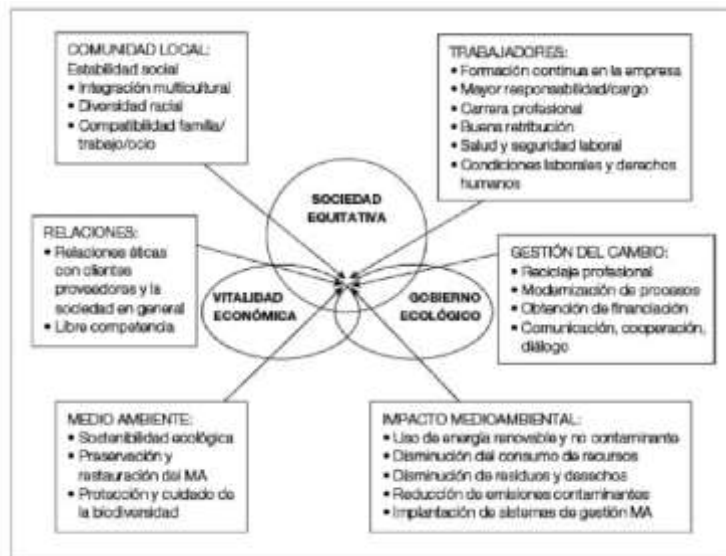
Q' representa el volumen de ventas de equilibrio  
 \$' representa el ingreso de equilibrio.

Fuente: Mendoza, 2004, p.230.

## Triple utilidad

“La cuenta de triple resultado (en inglés, *Triple Botton Line*) mide el comportamiento económico, social y medioambiental de una empresa, con la finalidad de minimizar cualquier resultado no deseado y generar valor” (Amat, 2017, p.42).

**Figura 9: Relación de triple utilidad.**



Fuente: Amat, 2017, p.43.

En resumen, la triple utilidad consiste en identificar una serie de acciones que una organización debe poner en práctica para minimizar cualquier impacto negativo generado por su operación, inversión y procesos. Esos impactos de pueden calcular en relación con una matriz de triple resultado que comprende las acciones medioambientales, sociales y económicas (Amat, 2017).

## Matriz de triple resultado

Para que sea posible cuantificar el impacto de las actividades que se realizan en una organización en el medio ambiente, en la economía y en la sociedad, partiendo del hecho que las líneas de comportamiento son cambiantes, debido a que se encuentran en constante debido a situaciones sociales, políticas, y económicas. El objetivo es poder calcular la sostenibilidad actual de la compañía en estudio por medio de la matriz, estudiando importantes indicadores (Amat, 2017).

**Figura 10: Matriz de medición de triple utilidad.**

	Economía y finanzas	Ecología medio ambiente	Acción social	Medida total
Grupo de interés	Determina el impacto del desarrollo económico de la empresa y su coste	Determina el impacto medioambiental de la empresa y su coste	Determina el impacto de la empresa en la sociedad y su coste	Resultado de la suma de los costes totales incurridos
Accionistas	ROI, valor de la acción, beneficios	Reducción del riesgo. Uso racional de los recursos	Imagen pública. Prácticas éticas y legales	
Franquicias y/o subsidiarias	Beneficio o crecimiento potencial	Estrategia de negocio «limpia»	Prácticas honorables	
Empleados	Beneficios sociales	Niveles de riesgo laboral	Desarrollo profesional, cultura corporativa	
Clientes	Precio, calidad, valor añadido basado en el producto o servicios	Productos o servicios seguros y respetuosos con el medio ambiente	Prácticas éticas y responsabilidad social	
Proveedores	Precios, condiciones de pago	Compartir estrategia y tecnología medioambiental	Relaciones éticas	
Competencia	Competitividad, prácticas de mercado libre	Tecnología y principios compartidos	Normativa ética y legal sostenible	
Comunidad	Estabilidad financiera,	Niveles de riesgo,	Servicios para mejorar	

Fuente: Amat, 2017.

Según Amat (2017), algunos indicadores sociales para completar la matriz serían:

- Existencia de igualdad de oportunidades.
- % de directivos mujeres.
- % de empleados que pertenecen a minorías étnicas.
- Número de accidentes laborales anuales.
- Existencia de programas que animen a los empleados a optar por estilos de vida sanos.
- Donaciones a la comunidad.
- Jornadas laborales.
- Nivel de estudio de los colaboradores.

Según Amat (2017), algunos indicadores medioambientales para completar la matriz serían:

- Programas de reciclaje.
- Cantidad de emisiones de carbono.
- Gasto de energía.
- Gasto de agua.
- Generación de desechos.
- Reutilización de desecho.



## **Capítulo 3: Marco Metodológico**

## **Definición del enfoque**

Los estudios cuantitativos como lo dice el nombre lo que hacen es cuantificar algo que aporte información al estudio que se quiere demostrar, se manejan variables, se realizan encuestas, o algún instrumento de medición.

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población (Gómez, 2006, p.60).

En este trabajo el enfoque es cuantitativo porque tiene mediciones puntuales, las cuales se recolectan por medio de entrevistas aplicadas a dos empleados de la empresa que tienen puestos relacionados con los departamentos en donde se aplica este proyecto y que se necesita saber información y antecedentes de la compañía, y también por la aplicación de manera virtual de un cuestionario al total de la población.

## **Diseño de la investigación**

### **No experimental**

En el diseño de investigación no experimental, consiste en observar situaciones existentes en su entorno normal para después estudiarlas, no se trabaja con variables ni se manipulan datos, ejemplos de esta estrategia son encuestas y diseños observacionales.

“La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (Gómez, 2006, p.102).

En este tipo de investigación no es posible asignar aleatoriamente a los participantes, no hay condiciones para estímulos a los cuales se expongan los

sujetos del estudio. No se construye ninguna situación, sino que se observan las situaciones ya existentes (Gómez, 2006).

La investigación realizada es no experimental porque no se manipulan variables ni se acomoda el entorno a conveniencia para estudiarlo, sino que solo se ven las cosas como son, por ejemplo, al realizar la encuesta la información obtenida por el cuestionario se analizada tal como se consigue.

## **Seccional**

Existen varios tipos de investigación según como se obtenga la información de un sujeto de estudio. Es este caso la investigación seccional significa:

“Cuando la investigación está referida a un momento temporal determinado recibe el nombre de seccional, sincrónica o estudio perpendicular. Se hace por así decirlo un corte de una situación en un momento dado y se estudia su estructura” (Facal, 2015, p.27).

Este trabajo es seccional porque se obtiene información del objeto de estudio en este caso a toda la población una única vez por medio de una encuesta aplicada en línea, se mide una sección de tiempo, va de la fecha inicial primer semestre 2020 que se realiza la investigación.

## **Transversal**

La descripción transversal es la utilizada con mayor frecuencia en las investigaciones, es observar una situación y los factores y circunstancias que actúan sobre la misma.

“Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación es un momento dado” (Gómez, 2006, p.102).

Esta investigación se considera transversal por que los instrumentos que se aplican para obtener información son un cuestionario aplicado en línea y dos entrevistas aplicadas de manera presencial, las mismas se aplican solo una vez a la población, es como tomar una foto instantánea del momento y analizarlo.

## **Factorial**

En este apartado se describe que es un diseño experimental de tipo factorial, y se explica por qué nuestro trabajo se clasifica así.

“Un diseño factorial se utiliza para medir los efectos de dos o más variables independientes en diversos niveles” (Malhotra, 2004, p.221).

Este trabajo es factorial porque se está buscando un factor común en las tres áreas que abarca esta investigación, la económica, la social y la medioambiental, este factor común es la triple utilidad empresarial. Se estudia y recolectan datos para cruzar referencias y encontrar situaciones que tengan factores comunes para lograr una mayor semejanza a la realidad. En este caso no se puede crear una estrategia medioambiental si no se considera la realidad económica de la empresa.

## **Método de investigación**

### **Analítico**

Este método de investigación se fundamenta en el análisis de varias partes que permiten obtener una conclusión por medio de la relación de los datos en una investigación. En este apartado se describe el método y se indica según las características de nuestra investigación, porque el trabajo se clasifica aquí. “En este método se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado” (Rodríguez, 2005, p.30).

Un año más tarde otra cita indica “Consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual” (Bernal, 2006, p.56).

En este trabajo se analiza la información principal triple utilidad, pero descompuesta en sus tres elementos la parte económica, medioambiental y social, cada parte se estudia por separado para formar el todo de la investigación, por eso se considera analítico.

## **De campo**

En este apartado se describe el tipo de investigación de campo, se habla de su concepto y de que particularidades cumple este trabajo que le permiten catalogarse en esta sección.

“Investigación realizada sobre el terreno, en contextos reales y que se desarrolla observando un grupo o fenómeno estudiado en su ambiente natural, lo que permite una generalización de resultados a situaciones afines” (Del Río, 2013, p.104).

Se hace un estudio de campo a la población total que es este caso son los 64 empleados de la empresa Bticino Costa Rica, en el cual se recolectan datos por medio de una encuesta aplicada en un cuestionario en línea, también se considera de campo porque se aplica una entrevista de manera presencial a dos colaboradores de la compañía.

## **Deductivo**

En este subtítulo se habla sobre el método de investigación deductivo, su concepto y las características que posee este trabajo y que permiten clasificarlo en este método.

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de

los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares (Bernal, 2006, p.56).

Este trabajo se basa en la investigación, primeramente, se investiga sobre el tema de estudio Triple Utilidad en postulados anteriores y en teorías existentes, también se analiza su aplicación en otras compañías nacionales e internacionales semejantes y se observan las buenas prácticas utilizadas en estas organizaciones como base para generar una propuesta de aplicación en la empresa Bticino Costa Rica.

## **Tipo de investigación**

### **Descriptiva**

En este tipo de investigación descriptiva como bien lo indica el nombre se basa en describir los comportamientos de un sujeto de estudio después de observarlo. “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos, El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre como una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente” (Rodríguez, 2005, p.25).

Este trabajo de investigación se clasifica como descriptivo porque se analiza el proceso que se lleva a cabo para aplicar la triple utilidad y se estudia la empresa existente por medio de un trabajo de campo para determinar puntos de mejora y poder proponer una estrategia.

### **Exploratoria**

En los tipos de investigación se encuentran varios tipos, por ejemplo, si la investigación se considera exploratoria, según algunos libros se refiere a;

El objetivo principal de la investigación exploratoria es captar una perspectiva general del problema. Este tipo de estudios ayuda a dividir un problema muy grande y llegar a unos subproblemas, más precisos hasta en la forma de expresar las hipótesis (Naghi, 2000, p.89).

La investigación ejecutada se considera de tipo exploratoria porque según la averiguación realizada este es el primer estudio que se hace en la compañía Bticino Costa Rica con respecto a un tema sostenibles como lo es la triple utilidad.

## **Factorial**

En este apartado se explica el tipo de investigación factorial, y porque este trabajo se considera de este tipo.

“Un diseño factorial completo es aquel en el que se utilizan todas las combinaciones posibles de los valores seleccionados de las variables independientes” (Ávila, 2006, p.65).

Este proyecto se considera de tipo factorial porque se estudian dentro de la compañía los tres tipos de utilidad, la económica, la medioambiental y la social, y se busca identificar un factor común entre estas tres utilidades que se plantean y la relación que tienen respecto a la empresa donde se realiza el trabajo.

## **Nomotética**

En este apartado se describe la investigación nomotética el concepto y las descripciones de porque este trabajo se clasifica de este tipo.

Es un tipo de investigación nomotética pues trata de llegar a una explicación general. Predomina el enfoque cuantitativo y la dimensión explicativa (Martos, 1988).

La segunda parte de este trabajo consiste en plantear una propuesta de triple utilidad para la empresa Bticino Costa Rica después de realizar un estudio y sacar las conclusiones de este, por lo tanto, se considera de tipo nomotética.

## **Sujetos y Fuentes de información**

### **Sujetos de investigación**

Los sujetos de investigación de este trabajo son las personas que dan la información primaria, en el caso de la encuesta son los 64 empleados totales de la compañía Bticino Costa Rica porque al ser una población pequeña se logra encuestar el total de la población. También representan sujetos de estudio los dos gerentes que son seleccionados de manera conveniente por el investigador, de acuerdo con su conocimiento e injerencia en la compañía respecto al tema es estudio.

Una vez definido el problema de estudio, se deben definir los sujetos de estudios ya sean personas, historias clínicas, objetos, etc. Se deben definir los criterios que se utilizan para elegir a estos sujetos, en el caso que no sea posible estudiarlos a todos, se debe especificar con cuantos se trabaja y de qué forma se seleccionan (Fuentelsaz, Icart y Pulpón, 2006).

### **Fuentes primarias**

Dentro de las fuentes primarias, se encuentra las encuestas, ya que por este medio se realiza la obtención de la información en el momento en el que se necesita (Grade y Abascal, 2013). Son datos no recolectados ni preparados de antemano, se realiza un proceso de obtención de información del mercado con el propósito de compensar las necesidades de la investigación, es un proceso más complejo y requiere una mayor inversión (Fernández, 2004).



- Es este trabajo las fuentes primarias consisten en dos, la primera se considera cuantitativa, consiste en un cuestionario de doce ítems que es elaborado con base en los objetivos específicos del trabajo, para lograr responder a ellos.
- El segundo instrumento se considera cualitativo, es una entrevista de ocho preguntas que de igual forma se elabora con base a los objetivos de la investigación.

## **Fuentes secundarias**

Fuentes secundarias son las que cuando se necesita la información, ya existen como las bases de datos o con los paneles (Grade y Abascal, 2013).

Cuando se obtiene información de fuentes secundarias suele ser más barato, porque las mismas ya existen, no se requiere preparar ni invertir en nada, y es más rápido que obtener información de una fuente primaria. Por esta razón primeramente se busca utilizar las fuentes secundarias y como última opción las primarias (Fernández, 2004).

Es este trabajo se toma como referencias de fuentes secundarias, libros, páginas de internet y documentación de la empresa.

## **Población y censo**

### **Población**

Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desean estudiar. Cuando se conoce el número de individuos, se llama población finita, cuando no se conoce, se habla de población infinita. Es importante conocer la diferencia porque la fórmula para calcular el número de

individuos de la muestra varía en función de estos tipos de población (Fuentelsaz, *et al.*, 2006).

- La primera población que existe en este proyecto son los sesenta y cuatro empleados que laboran para la compañía a los cuales se les aplica una encuesta virtual.
- La segunda población presente en este trabajo son dos gerentes de la compañía a los cuales se les aplica una entrevista, son escogidos por su injerencia en el tema dentro de la empresa.

## **Censo**

“Un censo incluye una enumeración completa de los elementos de una población. Los parámetros de una población se pueden calcular de manera directa después de que se enumera el censo” (Malhotra, 2004, p.314).

Cuando se desea hacer una investigación se puede tomar un censo que abarca el ciento por ciento de la población, la desventaja de tomar un censo es que se necesita más tiempo porque la población a abarcar es más grande y el costo es mayor al que se necesitaría si se aplica solo a una muestra de la población. El censo es ideal cuando la población es pequeña, ya que si la población es muy grande el censo no es realista.

El concepto de censo aplica es este proyecto porque la población es pequeña y controlada, son 64 empleados los que laboran para la empresa Bticino y el cuestionario se aplica por medio de una herramienta digital gratuita a toda la población por medio del correo electrónico de la compañía

## Instrumentos

### Cuestionario

Es un documento que se prepara para aplicar donde se realizan preguntas o afirmaciones, para obtener respuestas. El proceso bajo el que se aplica el cuestionario se llama encuesta (Díaz, 2001).

El cuestionario en este proyecto es aplicado al total de la población de trabajadores de la empresa Bticino Costa Rica. Y es creado de acuerdo a los objetivos primarios y secundarios del trabajo, el cuestionario se desglosa de la siguiente manera:

**Tabla 1: Desglose del cuestionario.**

Ítem	Naturaleza	Reactivo	Indicador
1	Cerrada, Politómica,	Tiempo de laborar en la empresa	Intervalo
2	Cerrada, Politómica	Conocimiento de sostenibilidad empresarial	Nominal
3	Cerrada, Politómica, Likert	Beneficios de la triple utilidad	Ordinal
4	Cerrada, Politómica	Conocimiento de alguna otra empresa triple utilidad	Nominal
5	Cerrada, Politómica	Prácticas medioambientales que se realicen en Bticino	Nominal
6	Cerrada, Politómica	Prácticas sociales que se realicen en Bticino	Nominal
7	Cerrada, Politómica, Likert	Importancia de las prácticas medioambientales	Ordinal
8	Cerrada, Politómica	Disposición para participar en labores de bien social	Nominal

9	Cerrada, Politómica, Likert	Importancia de las prácticas sociales	Ordinal
10	Cerrada, Politómica	Cual departamento debería tomarse la inversión.	De razón
11	Cerrada, Politómica	Cuanto presupuesto está anuente a invertir.	Intervalo
12	Cerrada, Politómica, Likert	Beneficios de la sostenibilidad empresarial	Ordinal

Fuente: Elaboración propia, 2020.

## Encuesta

La encuesta es un instrumento de recolección de datos que tiene dos características propias que lo diferencian del resto de métodos, recolecta la información de manera verbal o escrita de un informante por medio de un cuestionario realizado en base a los criterios de evaluación, y también porque se puede aplicar solo a una muestra de la población objeto de estudio (Alvira, 2011).

En este proyecto se identifica la población total para capturar información de esta manera, por lo tanto, se elabora un cuestionario en internet y se le aplica la encuesta al ciento por ciento de la población total de manera virtual por medio de una aplicación gratis en internet llamada Survey Monkey, se envía el link del cuestionario vía correo electrónico al correo empresarial y se recolectan las respuestas de manera automática.

## Entrevista

La entrevista es un intercambio verbal, que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico (Acevedo y López, 1986, parr.10).

En este trabajo como método de recolección de información se aplican dos entrevistas a personas claves en la compañía, el primero es el gerente de mantenimiento Henry Delgado quien tienen más de 20 años de laborar en la compañía y conoce las prácticas de la empresa a través de los años. La segunda persona es la gerente de contabilidad Rosa Leiva quien maneja el presupuesto de la compañía.

La entrevista es aplicada de manera presencial y se desglosa de la siguiente manera:

**Tabla 2: Desglose de la entrevista.**

Ítem	Naturaleza	Reactivo	Indicador
1	Abierta	Definición de sostenibilidad empresarial	De razón
2	Abierta	Definición de triple utilidad	De razón
3	Abierta	Razones por las que quiere que Bticino sea triple utilidad	De razón
4	Abierta	Prácticas medioambientales que Bticino realice o haya realizado	De razón
5	Abierta	Prácticas sociales que Bticino realice o haya realizado	De razón
6	Abierta	Presupuesto del que se debería tomar la inversión inicial.	De razón
7	Abierta	Prácticas medioambientales que quiere que Bticino realice en el futuro	De razón
8	Abierta	Prácticas sociales que quiere que Bticino realice en el futuro	De razón
9	Abierta	Beneficios de la triple utilidad	De razón

Fuente: Elaboración propia, 2020.

## Confiabilidad y validez

### Confiabilidad

Cuando se habla de confiabilidad, se habla de puntajes. La confiabilidad consiste tanto en un puntaje verdadero como en un puntaje de error. Dado un

puntaje verdadero fijo, la confiabilidad disminuye a medida que el componente de error aumenta. Algunas formas para aumentar la confiabilidad son: Aumentar el número de la muestra, eliminar la información poco confiable, realice la prueba en buenas condiciones, modere la facilidad y dificultad de la prueba (Salkind, 1999).

En este trabajo los datos que se recolectan del cuestionario son viables y fiables. Los resultados son válidos porque se aplica una encuesta a toda la población, el cuestionario se emplea en los 64 empleados de la compañía y el error se considera 0%. Se hace referencia de que la confiabilidad es de 100% por lo tanto, los resultados se consideran válidos.

## **Validez**

Los resultados de una prueba tienen validez, y esta es la cualidad de una prueba para hacer aquello para lo que se diseña, ósea para medir la exactitud o la veracidad de los datos que se obtienen. La validez es una prueba o instrumento que se usa para medir la veracidad de los resultados o de lo que se necesite medir (Salkind, 1999).

En cuanto a la validez de este trabajo, en el mismo los instrumentos están bien hechos, ya que las preguntas se hacen con base a los objetivos específicos del trabajo, y en el caso del cuestionario éste se valida en el capítulo 4 con el coeficiente de Alfa de Cronbach.

Alfa de Cronbach es el “coeficiente de medida de consistencia interna de un test o de una prueba. Es un índice de fiabilidad relativa referido a la auto consistencia o constancia de una prueba como instrumento de medida. Es la fiabilidad en sentido escrito” (Del Rio, 2013, p.11).

## **Operacionalización de variables**

En este apartado del trabajo se detallan las variables, la definición y clasificación de cada una de ellas y de los dos instrumentos utilizados en este proyecto, para poder definir el orden de las gráficas del siguiente capítulo. Donde se estudian los resultados obtenidos y las conclusiones de los instrumentos.

### **Primera variable: Sostenibilidad como estrategia de negocio**

#### **Definición conceptual**

Esta variable describe como ser sostenible involucra un equilibrio entre la estrategia social, ambiental y económica de un negocio, esta estrategia debe ser tomada por decisión de la empresa y llevarla como bandera en su operación, debe ir alineada con los objetivos de la compañía y los colaboradores deben de estar identificados con la estrategia para que todos trabajen bajo la misma pericia.

“Una estrategia de negocios es un conjunto bien coordinado de programas de acción tendientes a asegurar una ventaja competitiva sostenible. Estos programas de acción deberían responder a los cambios deseados en la misión del negocio” (Hax, 2004, p.183).

#### **Definición Instrumental**

La presente variable es evaluada primamente por un cuestionario aplicado de manera virtual a los colaboradores de la empresa Bticino Costa Rica que son la población de interés para la aplicación de la estrategia de triple utilidad en la compañía.

Esta variable es evaluada específicamente por medio del cuestionario aplicado a la población total de colaboradores, por medio de los siguientes ítems:

- Ítem 3: naturaleza cerrada, politómica, Likert, reactivo de beneficios de la triple utilidad.
- Ítem 4: naturaleza cerrada, politómica, reactivo de conocimiento de alguna otra empresa triple utilidad.
- Ítem 12: naturaleza cerrada, politómica, Likert, reactivo de beneficios de la sostenibilidad empresarial.

También la presente variable se evalúa por medio de una entrevista aplicada de manera presencial e independiente a dos gerentes de departamentos claves en la operación de la empresa que están involucrados en la estrategia de triple utilidad que se plantea en el trabajo.

Los ítems específicos de la entrevista aplicada a dos colaboradores que son utilizados para esta variable son los siguientes:

- Ítem 1: naturaleza abierta, reactivo de definición de sostenibilidad empresarial.
- Ítem 2: naturaleza abierta, reactivo de definición de triple utilidad.
- Ítem 9: naturaleza abierta, reactivo de beneficios de la triple utilidad.

Aparte de los instrumentos anteriormente mencionados, también se hace una revisión documental para estudiar esta variable, por medio de libros, sitios web, datos de la empresa que ayuden a profundizar conceptualmente la variable.



## Definición Operacional

La presente variable pertenece a una naturaleza mixta, pues se contemplan ambas naturalezas la cuantitativa en el estudio conceptual de la sostenibilidad como estrategia de negocio, y también está presente la naturaleza cualitativa por que la información se obtiene por medio de indicadores instrumentales aplicados a la población sujeto de estudio por medio de un cuestionario y una entrevista.

Esta variable se requiere evaluar para saber la viabilidad del tema en estudio y plantear la estrategia de manera que vaya alineada con la información obtenida por parte de los sujetos de estudio, para que sea creada a la medida y no solo de la teoría. Así se logra más fácilmente una aceptación y ejecución más amigable.

Los indicadores específicos utilizados para la operacionalización de esta variable por medio del cuestionario aplicado al total de la población en el presente trabajo son los siguientes:

- Ítem 3: Indicador ordinal.
- Ítem 4: Indicador nominal.
- Ítem 12: Indicador ordinal.

También se evalúan los indicadores utilizados en la entrevista aplicada a los dos gerentes.

- Ítem 1: indicador de razón.
- Ítem 2: indicador de razón.
- Ítem 9: indicador de razón.

## **Segunda variable: Prácticas medioambientales**

### **Definición conceptual**

Esta variable se define como las acciones que se llevan a cabo en una compañía y que están relacionadas con medidas amigables con el ambiente, son actividades que tienen como objetivo cuidar el planeta y buscar una operación sostenible, que busca reducir o eliminar desperdicios ya sea de materia prima como de cualquier tipo de recurso. El reciclaje, reutilización y reducción de recursos son las que se plantean más estratégicas para una organización.

“Se ha considerado que la productividad medioambiental de la empresa tiene una relación directa con la intensidad de inversión medioambiental, que se mide por el gasto anual en prácticas medioambientales sobre el valor de la venta” (Galdeano, 2014, p.56).

### **Definición Instrumental**

La segunda variable es evaluada por el mismo cuestionario aplicado de manera virtual a los colaboradores de la empresa Bticino Costa Rica que son la población de interés para la aplicación de la estrategia de triple utilidad en la compañía.

La segunda variable es evaluada específicamente por medio del cuestionario aplicado a la población total de colaboradores, por medio de los siguientes ítems:

- Ítem 5: naturaleza cerrada, politómica, reactivo de prácticas medioambientales que se realicen en Bticino.

También la segunda variable se evalúa por medio de una entrevista aplicada de manera presencial e independiente a dos gerentes de departamentos claves

en la operación de la empresa que están involucrados en la estrategia de triple utilidad que se plantea en el trabajo.

Los ítems específicos de la entrevista aplicada a dos colaboradores que son utilizados para esta segunda variable son los siguientes:

- Ítem 4: naturaleza abierta, reactivo de prácticas medioambientales que Bticino realice o haya realizado.

Además de los instrumentos mencionados, también se hace una revisión documental para estudiar esta segunda variable, por medio de libros, sitios web, datos de la empresa que ayuden a saber cuáles variables medioambientales se aplican actualmente.

## **Definición Operacional**

La presente variable pertenece a una naturaleza mixta, porque están presentes ambas naturalezas la cuantitativa en el estudio del concepto de cuales prácticas medioambientales corporativas existen, cuales empresas las aplican y que resultados obtienen, pero también está presente la naturaleza cualitativa porque se obtiene información del sujeto de estudio por medio de instrumentos aplicados como el cuestionario y la entrevista que se realiza a la población total de colaboradores.

En esta segunda variable se requiere evaluar el conocimiento de los empleados con respecto a las prácticas medioambientales, también saber cuáles prácticas se aplican en la empresa actualmente o si en el futuro se aplica alguna diferente. Esto es importante de estudiar para tener en cuenta a la hora de plantear la nueva estrategia.

Los indicadores usados en esta variable por medio del cuestionario aplicado al total de la población son los siguientes:

- Ítem 5: Indicador

También se evalúan los indicadores utilizados en la entrevista aplicada a los dos gerentes.

- Ítem 4: indicador de razón.

## **Tercera variable: Condiciones de responsabilidad social**

### **Definición conceptual**

Esta tercera variable se refiere a la responsabilidad social corporativa, esta tiene que ver con la sociedad en la que se desenvuelve la empresa y con el medio que es parte de su operación. Es un valor añadido que las empresas suelen brindar de manera voluntaria para el mejoramiento de la sociedad ya sea interna que son los colaboradores como externa que es la comunidad a la que pertenece. Esta contribución está relacionada directamente con la motivación del personal y por ende mejora la calidad y resultado del trabajo que realizan.

“Responsabilidad social corporativa que significa que una organización empresarial asume la responsabilidad por el impacto de sus actividades en sus empleados, clientes la comunidad y el medio ambiente” (Wulf, 2018, p.10).

### **Definición Instrumental**

Esta tercera variable es evaluada por un cuestionario aplicado de manera virtual a los colaboradores de la empresa Bticino Costa Rica que son la población de interés para la aplicación de la estrategia de triple utilidad en la compañía.

Esta variable es evaluada específicamente por medio del cuestionario aplicado a la población total de colaboradores, por medio de los siguientes ítems:

- Ítem 6: naturaleza cerrada, politómica, reactivo de prácticas sociales que se realicen en Bticino.

También la tercera variable se evalúa por medio de una entrevista aplicada a dos gerentes de departamentos claves en la operación de la empresa que están involucrados en la estrategia de triple utilidad que se plantea en el trabajo. Los ítems específicos de la entrevista aplicada a dos colaboradores que son utilizados para esta segunda variable son los siguientes:

- Ítem 5: naturaleza abierta, reactivo de Prácticas sociales que Bticino realice o haya realizado.

Adicionalmente a los instrumentos mencionados, también se hace una revisión documental para estudiar esta tercera variable, por medio de libros, sitios web, datos de la empresa que ayuden a saber cuáles variables sociales se aplican actualmente.

## **Definición Operacional**

La tercera variable pertenece a una naturaleza mixta, porque se compone de naturaleza cuantitativa porque posee conceptos del estudio de las prácticas sociales existentes, y también posee naturaleza cualitativa con la aplicación de cuestionario y entrevista a la población total.

En esta tercera variable se requiere evaluar que prácticas sociales se aplican en la empresa a través de los años, cuales se aplican en la actualidad, que opinan los colaboradores de la aplicación de prácticas sociales, si prefieren que se empleen en los empleados o en la sociedad.

Los indicadores usados en esta variable por medio del cuestionario aplicado al total de la población son los siguientes:

- Ítem 6: Indicador nominal.

También se evalúan los indicadores utilizados en la entrevista aplicada a los dos gerentes.

- Ítem 5: indicador de razón.

## **Cuarta variable: presupuesto para la estrategia de negocio**

### **Definición conceptual**

En esta variable de forma conceptual se entiende por presupuesto el dinero destinado para llevar a cabo una estrategia de negocio, es este caso la estrategia que se plantea es de triple utilidad y se necesita destinar dinero para llevarla a cabo.

“El resultado del proceso de planificación del negocio conduce hacia el desarrollo de un presupuesto inteligente, que no es una mera extrapolación del pasado al futuro, sino un instrumento que contiene compromisos estratégicos y operativos” (Hax, 2004, p.194).

### **Definición Instrumental**

La cuarta variable es evaluada primamente por un cuestionario aplicado de manera virtual a los colaboradores de la empresa Bticino Costa Rica que son la población de interés para la aplicación de la estrategia de triple utilidad en la compañía.

Esta variable es evaluada específicamente por medio del cuestionario aplicado a la población total de colaboradores, por medio de los siguientes ítems:

- Ítem 10: naturaleza cerrada, politómica, reactivo de cual departamento debería tomarse la inversión.
- Ítem 11: naturaleza cerrada, politómica, reactivo de cuanto presupuesto está anuente a invertir.

También la cuarta variable se evalúa por medio de una entrevista aplicada de manera presencial e independiente a dos gerentes de departamentos claves en la operación de la empresa que están involucrados en la estrategia de triple utilidad que se plantea en el trabajo.

Los ítems específicos de la entrevista aplicada a dos colaboradores que son utilizados para esta variable son los siguientes:

- Ítem 6: naturaleza abierta, reactivo de presupuesto del que se debería tomar la inversión inicial.

Aparte de los instrumentos anteriormente mencionados, también se hace una revisión documental para estudiar esta variable, por medio de libros, sitios web, datos de la empresa que ayuden a profundizar conceptualmente la variable.

## **Definición Operacional**

La presente variable pertenece a una naturaleza cuantitativa porque la elaboración de un presupuesto calcula cuánto dinero se necesita para llevar a cabo el proyecto.

En esta cuarta variable se requiere evaluar el costo de poner en ejecución las prácticas estudiadas en las variables anteriores para determinar el costo de estas y poder realizar un presupuesto confiable de la nueva estrategia.

Los indicadores usados en esta variable por medio del cuestionario aplicado al total de la población son los siguientes:

- Ítem 10: Indicador de razón.
- Ítem 11: Indicador de intervalo.

También se evalúan los indicadores utilizados en la entrevista aplicada a los dos gerentes.

- Ítem 6: indicador de razón.

## **Quinta variable: Técnicas para la generación de un negocio de triple utilidad**

### **Definición conceptual**

Para la generación de un negocio primeramente se debe detectar el segmento al que pertenece, para poder encontrar que problemas presenta, luego presentar nuestra propuesta dando soluciones a esos problemas detectados y al ponerla en práctica escuchar a nuestros clientes para comprobar si la idea cumple con lo deseado.

“Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder,2013, p.14).

### **Definición Instrumental**

La quinta variable es evaluada por un cuestionario aplicado de manera virtual a los colaboradores de la empresa Bticino Costa Rica que son la población de interés para la aplicación de la estrategia de triple utilidad en la compañía.

Esta variable es evaluada específicamente por medio del cuestionario aplicado a la población total de colaboradores, por medio de los siguientes ítems:



- Ítem 7: naturaleza cerrada, politómica, likert, reactivo de importancia de las prácticas medioambientales.
- Ítem 9: naturaleza cerrada, politómica, likert, reactivo de importancia de las prácticas sociales.

También la quinta variable se evalúa por medio de una entrevista aplicada de manera presencial e independiente a dos gerentes de departamentos claves en la operación de la empresa que están involucrados en la estrategia de triple utilidad que se plantea en el trabajo.

Los ítems específicos de la entrevista aplicada a dos colaboradores que son utilizados para esta variable son los siguientes:

- Ítem 7: naturaleza abierta, reactivo de prácticas medioambientales que quiere que Bticino realice en el futuro.
- Ítem 8: naturaleza abierta, reactivo de prácticas sociales que quiere que Bticino realice en el futuro.

Aparte de los instrumentos anteriormente mencionados, también se hace una revisión documental para estudiar esta variable, por medio de libros, sitios web, datos de la empresa que ayuden a profundizar conceptualmente la variable.

## **Definición Operacional**

La presente variable pertenece a una naturaleza mixta, porque se presentan ambas naturalezas la cuantitativa que hace referencia a cuáles prácticas medioambientales y sociales que existen y la cualitativa describe las prácticas y que se necesita para ponerlas en marcha, cuales aplican mejor y porqué.

En esta quinta variable se requiere evaluar cuales son las mejores prácticas medioambientales y sociales para implementar en la estrategia de triple utilidad que se plantea.

Los indicadores usados en esta variable por medio del cuestionario aplicado al total de la población son los siguientes:

- Ítem 7: Indicador Ordinal.
- Ítem 9: Indicador Ordinal.

También se evalúan los indicadores utilizados en la entrevista aplicada a los dos gerentes.

- Ítem 7: indicador de razón.
- Ítem 8: indicador de razón.

## **Capítulo 4: Análisis e interpretación de resultados**

## **Análisis e interpretación de resultados**

La investigación es la actividad orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes. En este trabajo se realiza un análisis y una interpretación de resultados, el propósito del análisis es resumir la información que se recolecta, para que ofrezca respuesta a la interrogante en estudio de esta investigación.

En el caso de la interpretación de resultados su principal objetivo es averiguar el significado de las respuestas obtenidas mediante diversos métodos, y estudiar su relación con otros conocimientos disponibles en la literatura que permitan un cruce de información que resulte en una definición más amplia y clara del tema en investigación.

El objetivo de este capítulo es mostrar los resultados obtenidos con la aplicación de un cuestionario a toda la población de colaboradores de la empresa Bticino Costa Rica durante el primer semestre del año 2020.

Se crean figuras para cada una de las preguntas del cuestionario en base al orden de las variables estudiadas en el capítulo tres del cual se derivan las mismas, para facilitar el análisis de los datos y facilitar la elaboración de las conclusiones y recomendaciones de cada pregunta a partir de la información recopilada.

El objeto de investigación de este trabajo es la población total de colaboradores de la empresa Bticino Costa Rica que son seleccionados completos debido a que la cantidad de trabajadores es menor a cien, para garantizar una buena obtención de los resultados y una confiabilidad alta se aplica la encuesta eligiendo la población total.

Una vez obtenidos y analizados los resultados de la encuesta y la entrevista, se determina la propuesta de Triple Utilidad para la empresa Bticino Costa Rica que se incluye en el capítulo VI de este trabajo.

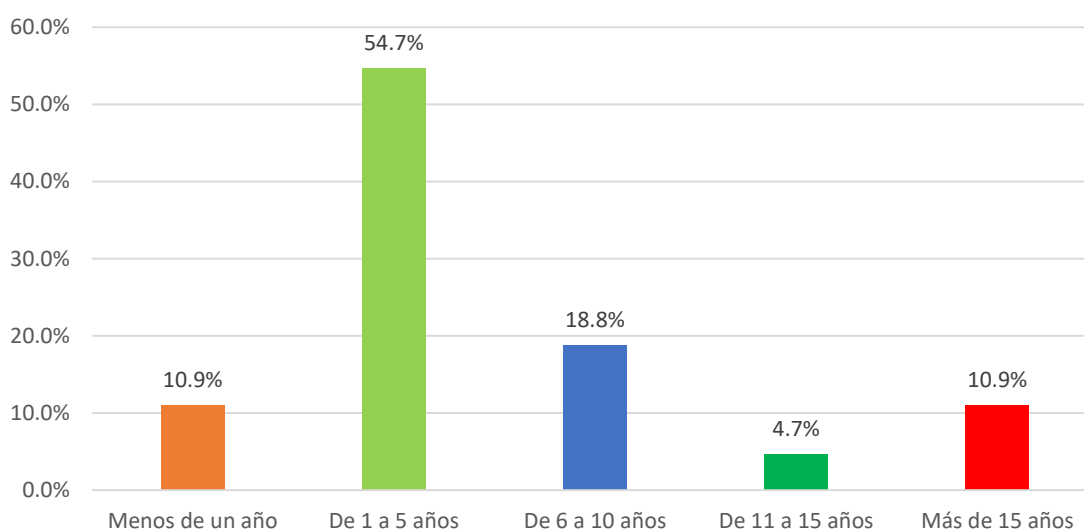
## Análisis e interpretación de resultados generales

En este apartado del capítulo cuatro se muestran los resultados que se obtienen en el cuestionario y entrevista para los indicadores generales, ósea no pertenecen a una variable del trabajo en específico pero son de gran importancia para el análisis.

### Resultados del cuestionario

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario a la población total de la compañía.

**Figura 11: Tiempo laboral de la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



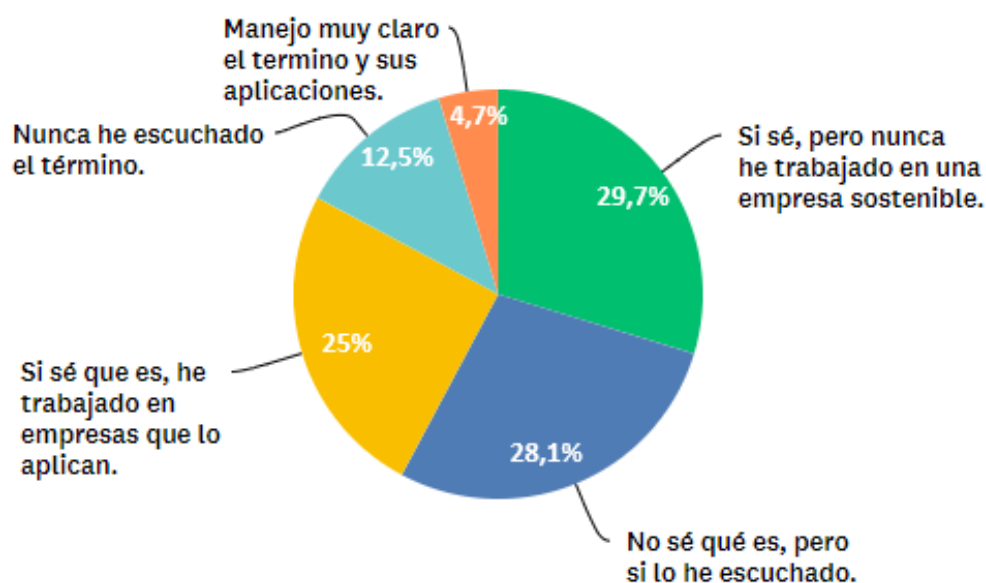
Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 11 indica el intervalo de tiempo que tienen los colaboradores de laborar en la empresa Bticino; 10,9% tiene menos de un año de laborar para la empresa, seguido de 54,7% de colaboradores que tienen de 1 a 5 años en la compañía, el 18,8% de empleados tiene de 6 a 10 años de trabajar en Bticino, 4,7% también tiene de 11 a 15 años de laborar para la organización y 10,9% de la población tienen más de 15 años de trabajar para la compañía.

En el capítulo 2 de este trabajo se menciona una cita de López (2012), son las personas quienes le dan vida al dinero invertido en la empresa, las que permiten que el negocio sea rentable.

Aquí se reitera la importancia de conocer el tiempo laboral que poseen los empleados en la empresa para poder determinar cuánto conocimiento tienen los colaboradores de las prácticas sostenibles y sociales que se realizan o se han realizado en algún momento en la compañía. Se concluye que el 54.7% de la población tiene entre 1 y 5 años de laborar en Bticino.

**Figura 12: Conocimiento de sostenibilidad empresarial, de la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



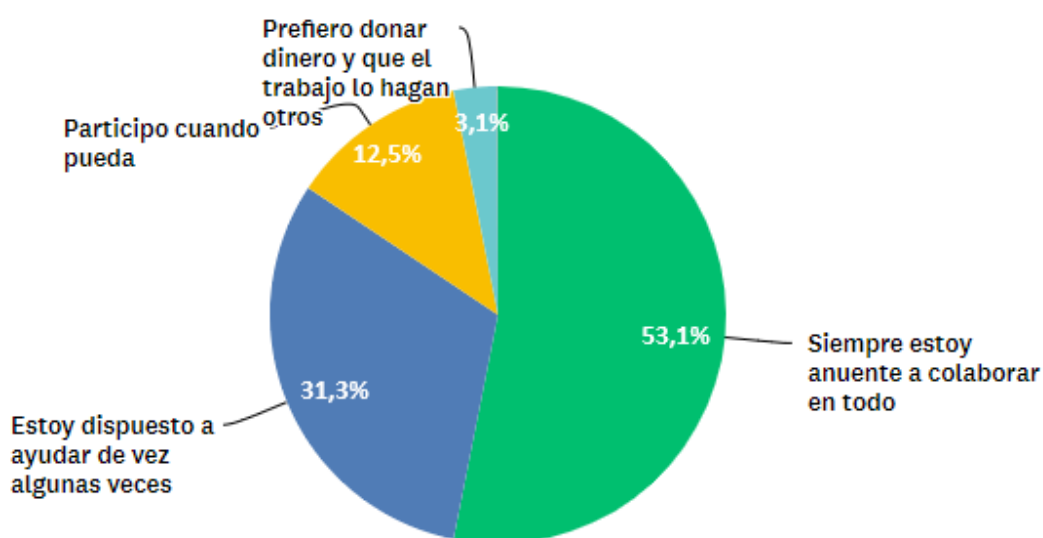
Fuente: Elaboración propia, 2020

La figura 12; indica el conocimiento que tiene la población de encuestados sobre el tema en estudio; sostenibilidad empresarial. Se observa que el 29,7% de los colaboradores no saben que es, pero si han escuchado del tema, un 28,1% de los empleados si saben que es sostenibilidad empresarial pero nunca han trabajado en una empresa que aplique esta estrategia, el 25% nunca ha escuchado el término, el 12,5% si sabe que es, e incluso ha trabajado en empresas

sostenibles en experiencias laborales anteriores, un 4,7% maneja muy claro el termino y sus aplicaciones.

Saber el conocimiento del encuestado sobre el tema es importante porque de lo contrario se debe iniciar la propuesta con capacitación del personal respecto al tema en estudio, para despertar su interés y su ayuda en la ejecución del plan. Se ha abierto una nueva perspectiva de análisis de las encuestas que permiten estudiar y obtener informaciones más completas para saber quien opina que, es decir qué tipo de persona es la que tiene un comportamiento determinado considerando diversas variables (Abascal y Grande, 2005).

**Figura 13: Participación en labores sociales y medioambientales, de la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 13; señala que el 100% de la población esta anuente a ayudar con una estrategia de triple utilidad en la participación de labores sociales, un 53,1% de los colaboradores entrevistados indican que colaboran siempre, un 31,3% de la población está dispuesta a colaborar algunas veces, un 12,5% de la población indica que participa cuando pueda, y un 3,1% prefiere donar el dinero para que otros hagan el trabajo por ellos.

“Hay que asegurarse de que todos los participantes tengan muy claros los objetivos, las metas y las hipótesis” (Stettinius, Doyle y Colley, 2015, p.34). Es importante determinar la disponibilidad de colaboración que tienen los empleados con la estrategia de triple utilidad, porque de esto depende el éxito de la estrategia una vez que se ponga en marcha. Ya que los colaboradores son los responsables de llevarla a cabo, y un factor de éxito o riesgo es la falta de madurez en la organización para afrontar los cambios organizativos requeridos para un cambio.

## Resultado de la entrevista

A continuación se muestran los resultados de la entrevista aplicada a dos gerentes de áreas afines con el proyecto a realizarse en la empresa para su respectivo análisis.

**Tabla 3: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva de las preguntas generales en el primer semestre del año 2020**

Ítem	Pregunta	Rosa Leiva	Henry Delgado
3	¿Por qué quisiera que Bticino sea una empresa de triple utilidad?	Porque al ser una compañía pública tenemos un riesgo reputacional y debemos hacer las cosas correctas.	Para ponerla en el mapa, que más personas conozcan la empresa por su labor social y ambiental.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la tabla 3 se poblaron los resultados de la encuesta realizada a la gerente contable Rosa Leiva y al jefe de mantenimiento Henry Delgado acerca



de su conocimiento sobre el tema de triple utilidad, ellos dos son escogidos por su injerencia en la compañía en los departamentos donde tendría mayor impacto esta estrategia. Se hace la siguiente pregunta: ¿Por qué quisiera que Bticino sea una empresa de triple utilidad?; Rosa Leiva contesta que al ser una compañía pública tienen un riesgo reputacional que cuidar y por estar en el ojo público deben hacer las cosas correctas. Don Henry Delgado indica que al ser una empresa de triple utilidad pondría a Bticino en el mapa, y más personas conocerían la empresa por su labor social y ambiental.

Ambos entrevistados están conscientes de que hacer labor social y ambiental en la compañía genera una mayor presencia de la marca en los consumidores y la empresa se beneficia. Varios departamentos de la compañía se ven afectados positivamente con la implementación de esta estrategia, por ejemplo mercadeo por medio de la publicidad que haga con respecto a las medidas medioambientales y sociales que se determinen en la propuesta, se posiciona y se menciona más el nombre de la compañía.

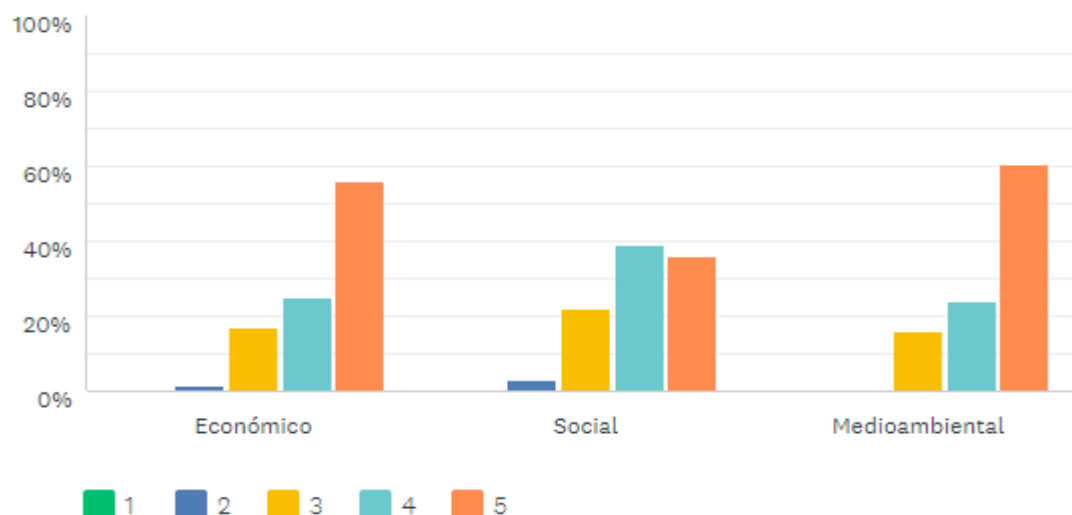
Otro departamento que también se ve afectado positivamente es recursos humanos, ya que depende la labor social que se realice si es interna motiva a los empleados, y si es externa estimula la participación de los colaboradores en alguna actividad que se realice para ayudar a la comunidad.

## **Análisis e interpretación de resultados de la primera variable: Identificar los beneficios de la sostenibilidad como estrategia de negocio**

### **Resultados del cuestionario**

A continuación se muestran los resultados obtenidos de la primera variable, en la aplicación del cuestionario a la población total de la compañía.

**Figura 14: Beneficios de la triple utilidad, que considera más importante la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

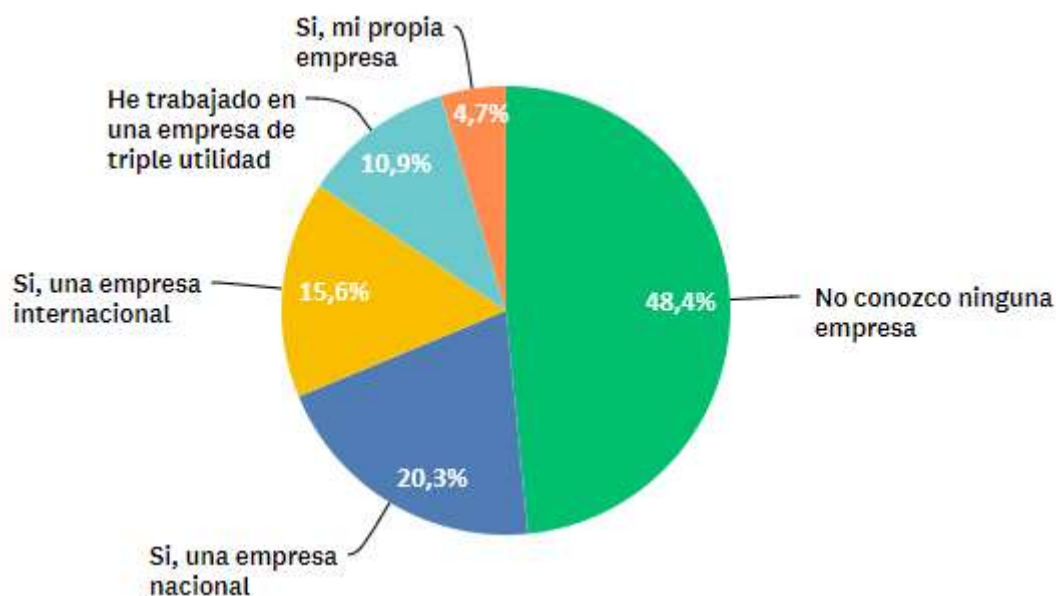
La figura 14; indica que, de un total de 64 colaboradores encuestados, el beneficio económico un 1,56% considera que tiene dos de grado de importancia, un 17,19% califico este beneficio con puntaje de tres, un 25% lo califica con cuatro, y el 56,25% lo considera con puntaje de cinco de importancia, se concluye que el mas de la mitad de la población considera que el beneficio económico es muy importante.

Respecto al beneficio social de un total de 64 colaboradores, 3,13% lo califico con puntaje dos, un 21,88% pone tres, un 39,06% lo considera cuatro, y un 35,94% piensa que tiene puntaje cinco. Se concluye que solo el 35,94% de los encuestados considera que el beneficio social es el más importante. Con el beneficio medioambiental se observa que la población lo considera como el más importante de la triple utilidad, nadie lo considera importante con un puntaje de uno, un 15,87% lo puntúa con tres, un 23,81% le pone cuatro de puntaje y un 60,32% lo considera con una nota de cinco.

En esta gráfica se demuestra lo mencionado por González, *et al.*, (2010) en el primer capítulo de este trabajo; El mercado se vuelve más exigente, a tal

punto que los consumidores desean saber cuál es el impacto social, medioambiental y económico de los productos que adquieren.

**Figura 15: Empresas de triple utilidad, que conozca la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



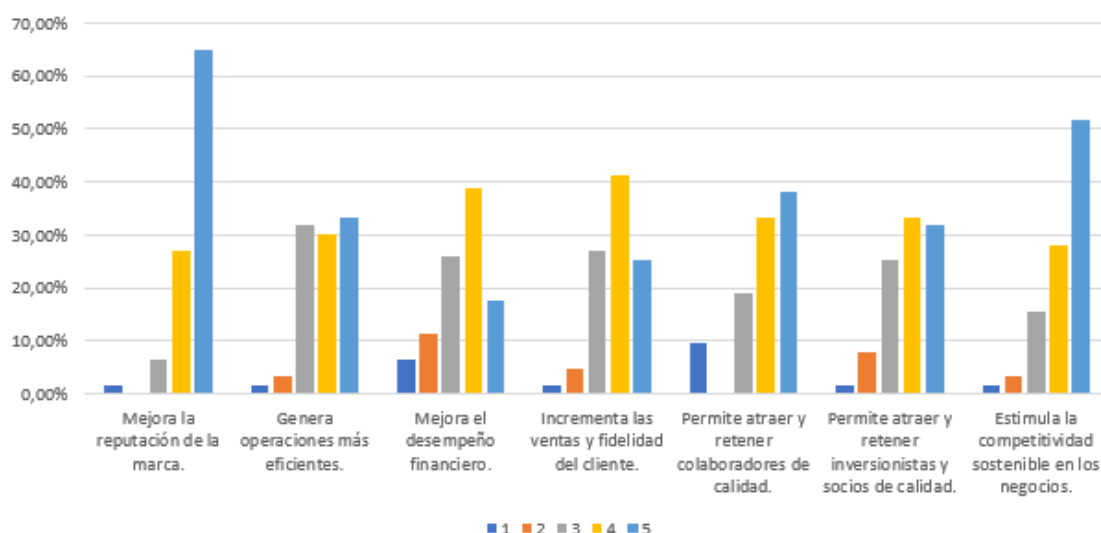
Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 15; señala que un poco menos de la mitad de la población encuestada 48,4% no conoce ninguna empresa que sea triple utilidad en su operación, el 20,3% si conoce una empresa de triple utilidad nacional, el 15,6% conoce una empresa de triple utilidad internacional, el 10,9% ha tenido la oportunidad de laborar en una compañía de triple utilidad y el 4,7% incluso tiene una empresa propia en donde utiliza esta estrategia en sus operaciones.

Al no tener un conocimiento de empresas con estrategias de negocio similares ya sean nacionales o internacionales, se desconoce por parte de la población encuestada actividades, prácticas, acciones o labores que se aplican en estas organizaciones para poder obtener este título de empresas de triple utilidad.

Los colaboradores que sí indican que conocen del tema o incluso que han tenido la oportunidad de aplicarlo en otra experiencia laboral anterior, pueden aportar más ideas y aplicar buenas prácticas que conozcan para la elaboración de la propuesta de estrategia de negocio en ejecución.

**Figura 16: Beneficios de la sostenibilidad empresarial, que consideren más importante la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 16; indica que según la población encuestada el beneficio más importante de la triple utilidad es la mejora en la reputación de la marca, un 65,08% de las personas entrevistadas considera que tienen una puntuación de 5; con respecto al beneficio de generar operaciones más eficientes apenas un 33,33% la considera como la más importante, en relación con el beneficio de mejorar el desempeño financiero solo un 17,74% la considera con la puntuación más alta, un 25,4% considera el beneficio de incrementar las ventas y la fidelidad del cliente con importancia, con el beneficio de permitir atraer y retener colaboradores de calidad un 38,10% lo considera importante, se considera como el beneficio menos importante el de permitir atraer y retener inversionistas y socios de calidad con un 31,75%, y como el segundo beneficio más importante con un 51,56% es estimula la competitividad sostenible en los negocios.

Estos beneficios son tomados del capítulo uno en páginas ocho y nueve, y el objetivo es identificar por orden de prioridad cuales tienen mayor peso, con la finalidad de poder conocer cuáles son las más valiosas para el cliente y así poder darle más énfasis al mercadeo.

## Resultado de la entrevista

A continuación se muestran los resultados de la entrevista aplicada a dos gerentes de áreas afines con el proyecto a realizarse en la empresa para su respectivo análisis.

**Tabla 4: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 1 durante el primer semestre del año 2020**

Ítem	Pregunta	Rosa Leiva	Henry Delgado
1	Explique qué entiende por sostenibilidad empresarial.	Balance entre lo social y lo ambiental a largo plazo, por ejemplo, China crece financieramente mientras destruye el ambiente y sus recursos.	Es un compromiso ambiental que adquieren las empresas, se necesita que tenga continuidad en el tiempo.
2	¿Qué entiende por triple utilidad?	Proyectar una campaña ambiental y social en la empresa.	No sé.
9	¿Qué beneficios considera que generaría a la	Financiero no hay ningún beneficio, el beneficio es a nivel reputacional y de posicionamiento de marca.	Conseguir alguna bandera ecológica como las que le entregan a las playas (bandera

---

empresa ser triple  
utilidad?

azul), sería  
interesante saber  
que beneficio  
ofrece el gobierno  
para las empresas  
de triple utilidad.

---

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la tabla 4 se población la entrevista realizada a los dos colaboradores en donde se preguntan tres ítems en relación con el primer objetivo del proyecto de investigación.

Primeramente, se pregunta ¿qué entienden por sostenibilidad empresarial?, Rosa Leiva la gerente de contabilidad responde que es un balance entre lo social y lo ambiental a largo plazo, mientras el jefe de mantenimiento Henry Delgado responde que es un compromiso ambiental que adquieren las empresas, se necesita que tenga continuidad en el tiempo. Como se evidencia en ambas respuestas los dos tienen claro que está relacionado con el medioambiente y que requiere continuidad a través del tiempo, que es fundamental para el éxito de cualquier estrategia de negocio.

La segunda pregunta, ¿qué entiende por triple utilidad? Rosa habla de proyectar una campaña ambiental y social en la empresa, mientras que Henry no supo responder, esto indica que el concepto de triple utilidad no es del conocimiento de todas las personas al ser relativamente poco visto por los colaboradores en las empresas.

La tercera pregunta, ¿qué beneficios considera que le generaría a la empresa ser triple utilidad? Rosa indica que beneficio financiero no hay ninguno, que el beneficio es a nivel reputacional y de posicionamiento de marca, Henry responde que sería interesante saber que beneficio ofrece el gobierno para las empresas de triple utilidad.

Se observa con estas respuestas que es del conocimiento de ambos que la rentabilidad de una estrategia de triple utilidad no es económica sino reputacional y Henry indica que un beneficio de parte de algún ente del gobierno para este tipo de empresas motivaría mucho más la unión de más compañías.

Como se menciona en el capítulo dos Amat, (2017); “La cuenta de triple resultado mide el comportamiento económico, social y medioambiental de una empresa, con la finalidad de minimizar cualquier resultado no deseado y generar valor” (p.3). Como resumen se entiende que las empresas necesitan más motivación, conocimiento y beneficios de parte de algún ente para promover estrategias de triple utilidad que haga que cada día los colaboradores tengan más conocimiento y concientización de la importancia de este tipo de estrategias.

## **Análisis documental**

Con el pasar de los años se ve a las compañías trabajar con diferentes estrategias de negocio, algunas mejores que otras; pero en los últimos se observa como el planeta se transforma, presenta síntomas que indican que se debe cambiar de estrategia por una que se concientice más con el medioambiente con la idea de heredarles a las próximas generaciones un mejor planeta, en el cual está a tiempo de salvarse.

La sociedad actual ve la sostenibilidad como un costo adicional y ese es el más grave error, hay que cambiar la mentalidad y la estrategia por una que se adapte a las necesidades de la empresa y que traiga beneficios sostenibles de la mano. En su tesis de maestría en sostenibilidad la estudiante Sánchez (2012) dice:

Tras la evolución creciente de las sociedades en las que los Estados han perdido peso en la transformación del modelo socioeconómico, nace la necesidad de hacer que el mercado trabaje a favor de un modelo de desarrollo que satisfaga las necesidades de las generaciones actuales sin

hipotecar las de las generaciones futuras. La necesidad de reorientar el modelo de desarrollo es un reto y al mismo tiempo una oportunidad para las empresas del S.XXI, han de generar valor para las sociedades en las que operan, porque al final, se nutre de ellas (p.52).

En la actualidad existen importantes empresas dedicadas al coaching y acompañamiento de las empresas en este proceso de transformación a empresas sostenibles. Además grupos de apoyo en redes sociales donde se exponen los casos de éxito de estos cambios estratégicos, información que enriquece y hace que se compruebe la efectividad de la estrategia que se busca.

Ejemplos de empresas dedicadas a este tema, *World Environment Center*, WEC por sus siglas en inglés es una empresa estadounidense dedicada a colaborar con empresas, gobiernos, ONGS, etc de todo el mundo a brindar servicios de educación, gestión para avanzar en el desarrollo sostenible. Otro ejemplo, *The Natural Step*, es una organización sin fines de lucro fundada en Suecia pero presente en 54 países alrededor del mundo, que le da asesoría a las organizaciones que se sienten listas para dar paso a la sostenibilidad en sus operaciones (wec.org, 2020).

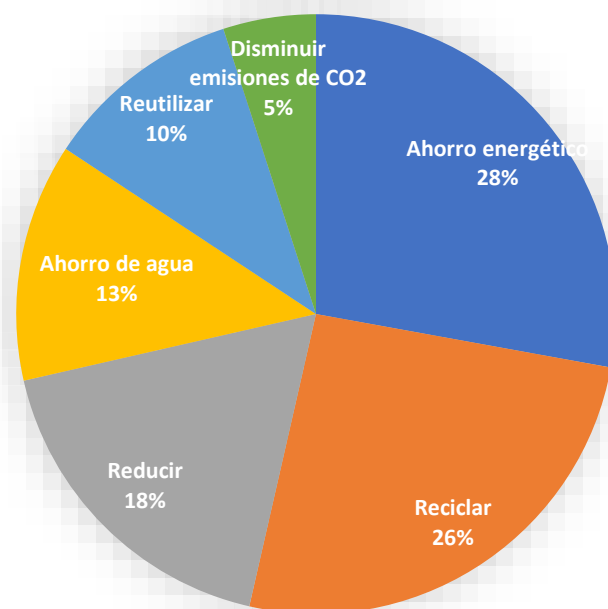
## **Análisis e interpretación de resultados de la segunda variable: Precisar las prácticas medioambientales actuales de la empresa Bticino para mejorarlas**

### **Resultados del cuestionario**

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario a la población total de la compañía.



**Figura 17: Prácticas medioambientales actuales, que se realizan en la compañía según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 17; señala que el 28% de la población indica que la compañía Bticino realiza la práctica medioambiental de ahorrar energía, un 26% indica que la empresa recicla, un 18% población que la organización reduce la generación de desechos, un 13% indica que la compañía ahorra agua, un 10% revela que la empresa reutiliza sus residuos, y un 5% indica que la compañía disminuye emisiones de CO2.

Se logra observar en este grafico como todas las opciones de los colaboradores entrevistados varían entre sí, esto demuestra un desconocimiento de las acciones que la empresa realiza en su operación con respecto a la gestión medioambiental de la compañía. Y al existir un desconocimiento de las prácticas en la compañía no existe compromiso de los colaboradores con la gestión.

## Resultado de la entrevista

A continuación se muestran los resultados de la entrevista aplicada a dos gerentes de áreas afines con el proyecto a realizarse en la empresa para su respectivo análisis.

**Tabla 5: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 2 durante el primer semestre del año 2020**

Ítem	Pregunta	Rosa Leiva	Henry Delgado
4	Señale ejemplos de prácticas amigables con el ambiente que Bticino Costa Rica haya realizado en el pasado.	Ninguno, su mayor esfuerzo ha sido por tratar de reciclar.	Programa de reciclado, plan de control energético, pero no han tenido continuidad en el tiempo.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la tabla 5, se población los resultados de la entrevista realizada a los dos colaboradores de Bticino con respecto al segundo objetivo del trabajo de investigación. La pregunta pide señalar ejemplos de prácticas amigables con el ambiente que Bticino Costa Rica haya realizado en el pasado, la respuesta de Rosa es que no ha realizado ninguna práctica la compañía, que en algún momento se intenta reciclar, pero se desconoce a donde se iban los desechos. Henry indica que se ha trabajado en un plan de reciclado y un plan de control energético pero que ninguno ha tenido continuidad en el tiempo.

Lo más importante de realizar prácticas medioambientales es hacerlas bien, eso implica contar con personas o empresas especializadas en la materia que puedan implementar y medir las acciones y los resultados, si no es constante en el tiempo se vuelve un esfuerzo en vano. En resumen, Bticino no ha ejecutado prácticas medioambientales significativas en su estrategia de manera correcta y continua.

## **Análisis documental**

Realizar prácticas medioambientales correctas actualmente es muy fácil porque existe mucha teoría documental que indique que medir y cómo hacerlo, ya que se tiene identificadas cuales prácticas son consideradas más importantes hay que averiguar sobre ellas y ponerla en práctica.

El ahorro energético es el que nuestra población considera más importante y la guía de trabajo de este ya existe, primero se determina de donde se obtiene (preferiblemente se buscan fuentes renovables), segundo se mide el consumo (directo e indirecto) y por último se realizan cambios y mejoras para reducir este consumo (Fundación promoción social, 2017).

En segundo lugar se determina importante el reciclar, práctica que documentalmente está muy completa porque indica paso a paso como hacerlo. Quiñonez (2012) en su libro comenta que en Colombia “el reciclaje representa más del 50% de la materia prima que se utiliza en la producción industrial y un mercado de más de \$354.000 millones al año” (p.108). Eso quiere decir que la venta del material de reciclaje no es un costo como muchas empresas lo consideran sino que el mismo genera ganancia al venderlo.

La empresa Bticino Costa Rica ha tenido la iniciativa en el pasado de incursionar en ambas prácticas medioambientales pero no se les ha dado seguimiento y no han sido constantes en los años. La primera vez se colocan sensores de movimiento en todo el edificio para evitar desperdicios de energía, con los años se dañan y son reemplazados por interruptores comunes, en remodelaciones nuevas no se colocan.

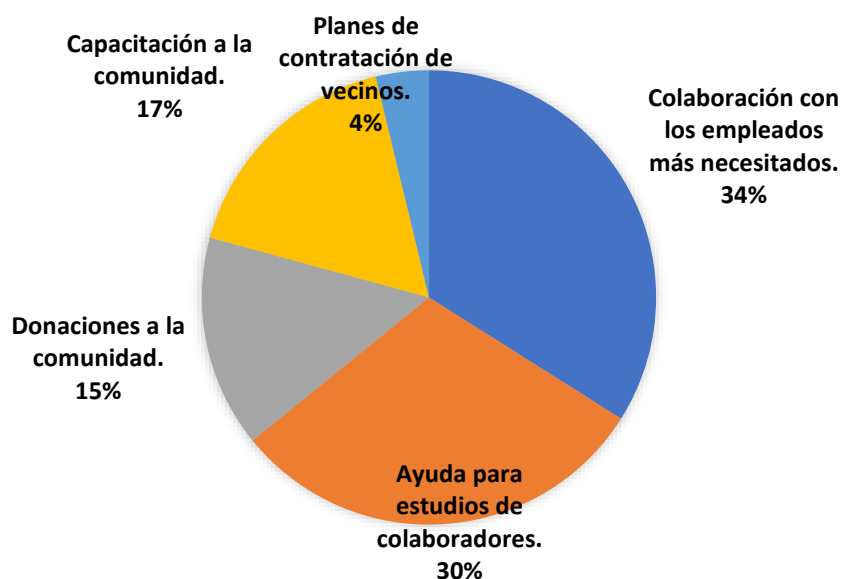
Y el segundo intento se colocaron basureros para reciclaje en varios puntos de la compañía, pero no se informa a la población de cómo utilizarlos correctamente entonces no hay resultado satisfactorio y los desechos se mezclan y no permite venderlos para obtener ganancia por ellos.

## Análisis e interpretación de resultados de la tercera variable: Definir las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa

### Resultados del cuestionario

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario a la población total de la compañía.

**Figura 18: Prácticas sociales actuales, que se realizan en la compañía según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 18, evidencia que un 30% dice que la empresa ayuda con los estudios de los colaboradores como práctica social, un 34% de la población indica que Bticino colabora con los empleados más necesitados, un 15% indica que la organización brinda donaciones a la comunidad, un 17% capacita a la comunidad, y un 4% señala que la compañía realiza planes de contratación de vecinos.

Con estos resultados tan desproporcionales y diferentes, se observa un desconocimiento por parte de la población con las prácticas sociales tanto internas como externas que se realizan en la empresa, al evidenciar esta situación se piensa en un plan de capacitación a los colaboradores una vez propuesta la estrategia para que haya completo conocimiento de las prácticas sociales y despierte interés por participar o colaborar.

Como indica Rodríguez (2012) en el capítulo dos “Las relaciones de la empresa con los interlocutores externos y su entorno social y medioambiental en sentido amplio se determinarán que pueda ser considerada socialmente responsable” (p.25). Las prácticas sociales internas con las que se realizan como beneficio a los colaboradores directos de la empresa, y las externas son las que se realizan afuera de la gestión de la empresa, por ejemplo en el vecindario, con proveedores, clientes, etc.

## Resultado de la entrevista

A continuación se muestran los resultados de la entrevista aplicada a dos gerentes de áreas afines con el proyecto a realizarse en la empresa para su respectivo análisis.

**Tabla 6: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 3 durante el primer semestre del año 2020**

Ítem	Pregunta	Rosa Leiva	Henry Delgado
5	Señale ejemplos de prácticas de ayuda social que Bticino haya realizado en el pasado.	En los últimos dos años que tengo de estar en la compañía, no han hecho nada.	Ayuda social en escuelas, iglesias, orfanatos, asilos de ancianos de comunidades necesitadas, se pintó el orfanato de Belén y se pintó y se cambió el alambrado eléctrico del asilo de

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la tabla 5 se población los resultados de las respuestas obtenidas a la entrevista realizada a dos colaboradores de Bticino, con relación al tercer objetivo del trabajo de investigación.

La pregunta sugiere señalar ejemplos de prácticas de ayuda social que Bticino haya realizado en el pasado, a esto Rosa responde que en los dos últimos años que tiene de estar en la compañía no han hecho nada, Henry responde que en el pasado se ayuda a escuelas, iglesias, orfanatos, asilos de ancianos de comunidades necesitadas, con acciones como pintar el lugar o reemplazar el alambrado eléctrico.

Se evidencia que las acciones que alguna vez se llevan a cabo en el pasado por la iniciativa de algún departamento no son continuas en el tiempo y ya han pasado muchos años desde que no se realiza ninguna. Por lo tanto se evidencia que son prácticas momentáneas y no pertenecen a ninguna estrategia de triple utilidad.

## **Análisis documental**

La Responsabilidad social empresarial ha demostrado a través de los años buenos resultados con su puesta en marcha, cada vez son más las empresas que encuentran un beneficio en ella, ejemplos como pago de estudios, acceso a capacitaciones, coaching, etc; generan mayor compromiso y fidelidad en los colaboradores, obteniendo la empresa mayor eficiencia y productividad. Ahora imaginen los resultados que se obtendrían con ayudas económicas a colaboradores necesitados, esto es conocido como prácticas sociales internas que se refiere a las que se realizan en beneficio de los empleados.

También existen las prácticas sociales externas, que son las que se realizan en ayuda a personas externas a la compañía por ejemplo, vecinos, clientes, proveedores, instituciones como iglesias, asilos de ancianos, escuelas, etc. Esta ayuda no solo debe ser de manera económica, sino a través de donación de conocimiento, trabajo social o productos que fabrica la empresa; en el caso de Bticino puede ser donando accesorios eléctricos a la comunidad, o impartiendo capacitaciones de electricidad básica a los vecinos.

Es el momento de pensar que sociedad queremos tener, y como podemos aportar para ayudar en su desarrollo. Esa es la consigna que busca la responsabilidad social empresarial. “Si una persona u organización tiene claro sus valores éticos y su espíritu de servicio a la sociedad, su enriquecimiento material e intelectual le permitirá devolver a la sociedad una parte de lo que recibe” (Navarro, 2012, p.9).

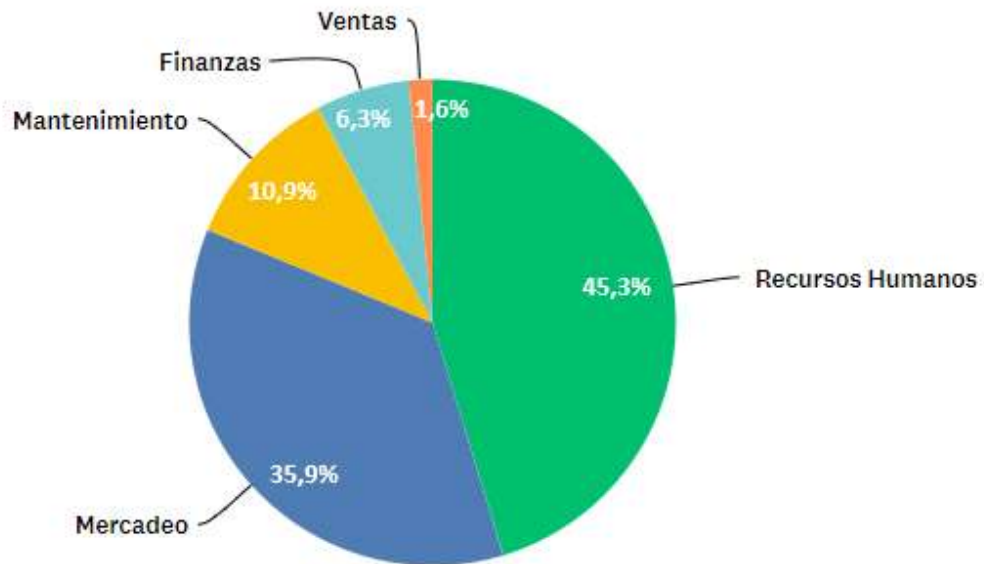
Como la teoría lo que indica es devolverle a la sociedad un poco aportando prácticas sociales que existe varias, en la empresa Bticino hace algunos años realizan labores sociales en la iglesia de la comunidad con el personal que fue a pintar y se dona todo el material eléctrico, también se cambia hace algunos años la instalación eléctrica de un asilo de ancianos de la comunidad.

## **Análisis e interpretación de resultados de la cuarta variable: Determinar el presupuesto inicial para la aplicación de la estrategia de negocio de triple utilidad en la empresa Bticino**

### **Resultados del cuestionario**

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario a la población total de la compañía.

**Figura 19: Presupuesto, al que se debería cargar la inversión según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

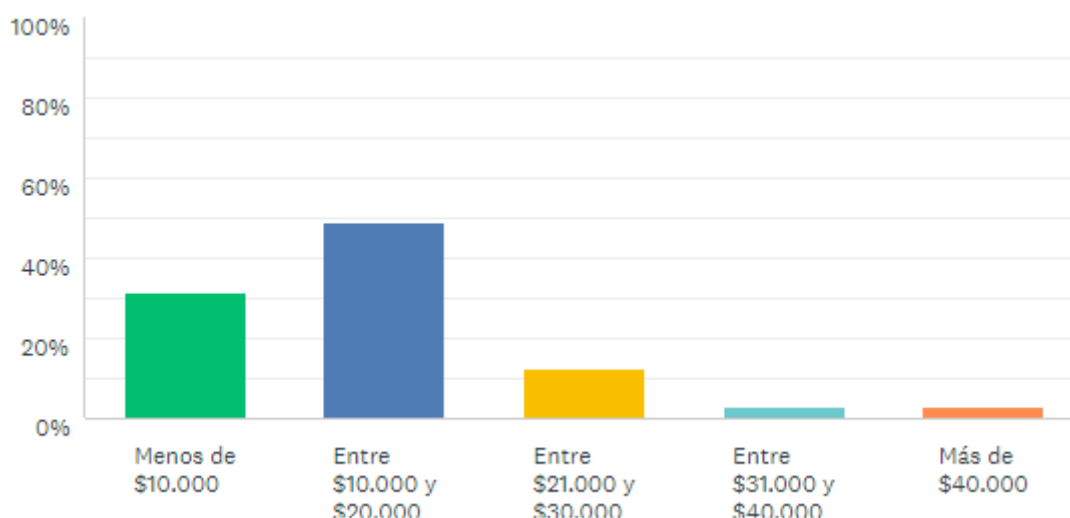
La figura 19; por medio de un gráfico se observa que el 45,3% de la población considera que la inversión inicial debería salir del departamento de Recursos Humanos, un 35,9% cree que debería salir de mercadeo, un 10,5% señala que la inversión inicial debería cargarse al departamento de mantenimiento de la compañía, un 6,3% indica que la inversión debería salir de finanzas, y un 1,6% indica que debería sacarse del departamento de ventas.

Se denotan respuestas muy diferentes, ya que esta estrategia pertenece a varios departamentos, la parte social va más de la mano con el departamento de recursos humanos por eso los colaboradores escogen esta como opción uno, sin embargo la parte medioambiental parece que se la recargan al departamento de mercadeo, sin embargo es importante aclarar que las acciones medioambientales que se proponen no tienen solo como finalidad estar de moda y utilizar la estrategia para alardear de ella, sino que tiene una finalidad de reducción de desperdicios, reutilización de recursos que va más allá de mercadeo.



Sin embargo el tema de la inversión inicial debe definirse dependiendo la estructura de la compañía, ya que la empresa es la única que conoce su presupuesto general y podrá definir en cuál cuenta cargar este proyecto.

**Figura 20: Inversión, que estaría dispuesto a utilizar la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 20; población que un 31,8% de la población entrevistada considera que el monto de inversión inicial debe ser menor a \$10.000; indica también que un 49,2% de los colaboradores sugiere utilizar el rango entre \$10.000 y \$20.000; el 12,7% dice que se debe utilizar entre \$21.000 y \$30.000; se observa que un 3,2% propone utilizar el rango entre \$31.000 y \$40.000; y por último se observa que un 3,2% también propone usar más de \$40.000 de inversión inicial.

El rango de inversión inicial a utilizar depende de la alta gerencia de la compañía Bticino y de los recursos que estén disponibles para invertir en el proyecto, sin embargo, es importante conocer la perspectiva de los colaboradores para que se invierta este dinero lo mejor posible, con la colaboración de ellos mismos en algunos de los casos.

Inversión inicial se refiere según Fernández, (2017); “al costo de las adquisiciones como terrenos, edificios, maquinaria, equipos, activos intangibles, etc. También el costo de consultorías y asesorías relacionadas con la inversión inicial” (p.24).

## Resultado de la entrevista

A continuación se muestran los resultados de la entrevista aplicada a dos gerentes de áreas afines con el proyecto a realizarse en la empresa para su respectivo análisis.

**Tabla 7: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 4 durante el primer semestre del año 2020**

Ítem	Pregunta	Rosa Leiva	Henry Delgado
6	Explique de que presupuesto se debería tomar la inversión inicial para el proyecto de sostenibilidad empresarial y por qué razón.	Es un plan estratégico a nivel corporativo que debe ir alineado a los objetivos de la compañía.	Como es una cuestión compañía al ser un programa corporativo debería ser un objetivo de la alta gerencia. Si el plan es ambiental debería ir en el presupuesto de mantenimiento, y si es social en el de recursos humanos.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la tabla 6 se población los resultados de las respuestas al ítem relacionado con el cuarto objetivo de este proyecto de investigación. La pregunta solicita explicar de qué presupuesto se debería tomar la inversión inicial para el proyecto de sostenibilidad empresarial y por qué razón, Rosa responde que al ser un plan estratégico la decisión debe ser a nivel corporativa y debe ir alineada

con los objetivos de la compañía, Henry indica que es una cuestión compañía y debe ser un objetivo de la alta gerencia.

Por lo tanto, se deduce que la decisión debe ser tomada por la gerencia general y planteada en sus objetivos estratégicos para que sea continua en el tiempo. También como indica Henry dependiendo las acciones así involucraría a diferentes departamentos, ejemplo si es una acción ambiental sería impulsada por el departamento de mantenimiento, pero si es una acción social debe ser liderada por recursos humanos.

Como lo expresa Robbins (2005) en el capítulo dos, consiste en obtener los mayores resultados con la mínima inversión. Así como lo indican los dos entrevistados el plan estratégico y los objetivos de la compañía deben ir alineados, para que las acciones planteadas se cumplan con buenos resultados.

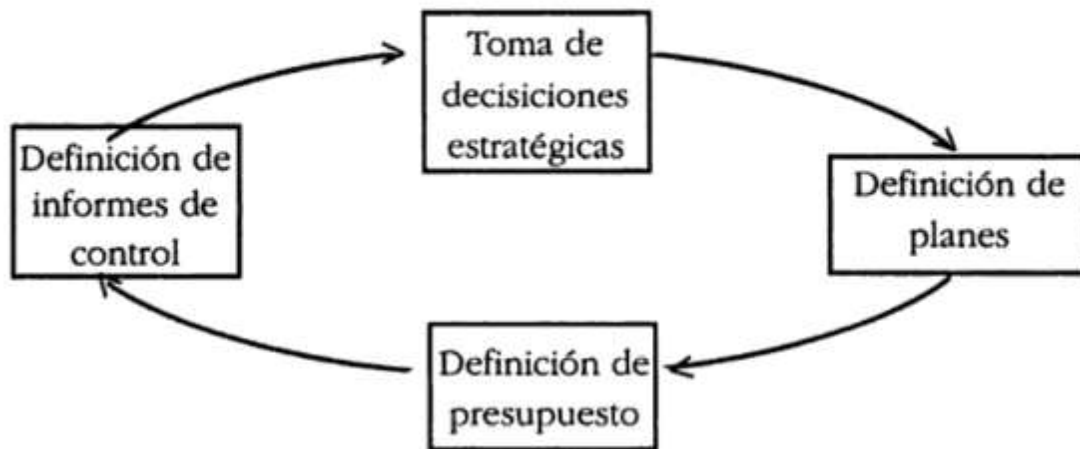
## **Análisis documental**

Muchas compañías no dan el paso de comenzar con las labores de responsabilidad social por desconocimiento de la teoría, al ignorar todo lo que esto conlleva ven el termino y lo asocian inmediatamente con un gasto adicional. Pues la teoría demuestra que en muchos casos en algunos procesos existe un retorno monetario de la acción que se realiza.

“La concreción de la responsabilidad social de la empresa es fruto de relacionar el conocimiento de los hechos, con las posibilidades de acción que se pueden realizar, desde una perspectiva ética particular” (Rodríguez, 2005, p.93).

**Figura 21**

**Gerencia y Decisión**



Fuente: Rodríguez, 2005, p.93.

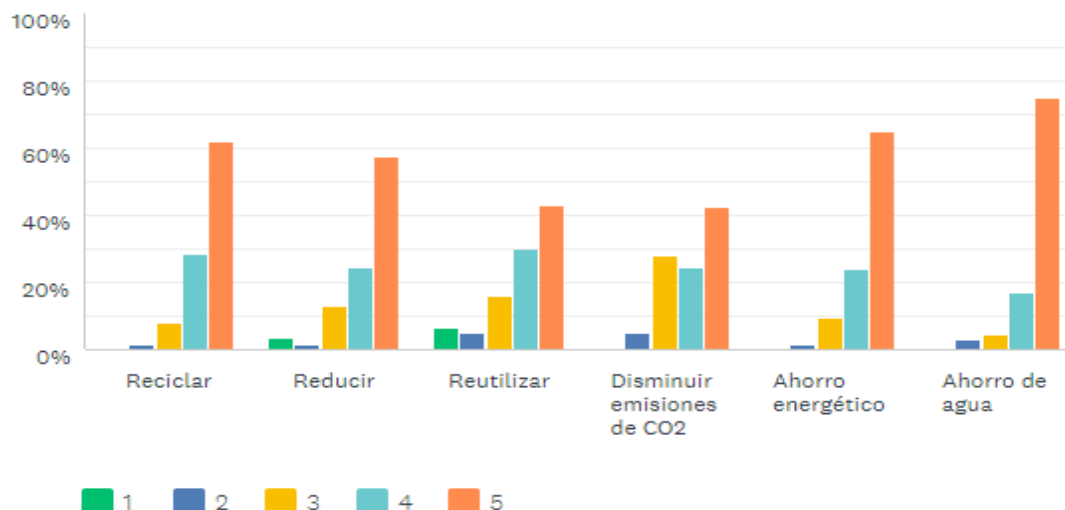
Como se observa en la figura 21 la toma de decisiones para la estrategia a plantearse es gerencial, esta estrategia de sostenibilidad empresarial primero necesita definir las prácticas tanto medioambientales como sociales a realizarse, de acuerdo a los resultados de la recolección de información que se realiza en este trabajo, con esta información se podrá definir un presupuesto a presentarse a gerencia para su respectiva aprobación, con este dinero se ejecuta y conforme se lleve a cabo se mide para ser revisado, presentar a los altos mandos y tomar decisiones.

**Análisis e interpretación de resultados de la quinta variable: Plantear las técnicas adecuadas para la generación de un negocio de triple utilidad**

**Resultados del cuestionario**

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario para las preguntas derivadas de la quinta variable en estudio, este cuestionario se aplica a la población total de la compañía Bticino Costa Rica.

**Figura 22: Prácticas Medioambientales, que consideran más importantes la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**

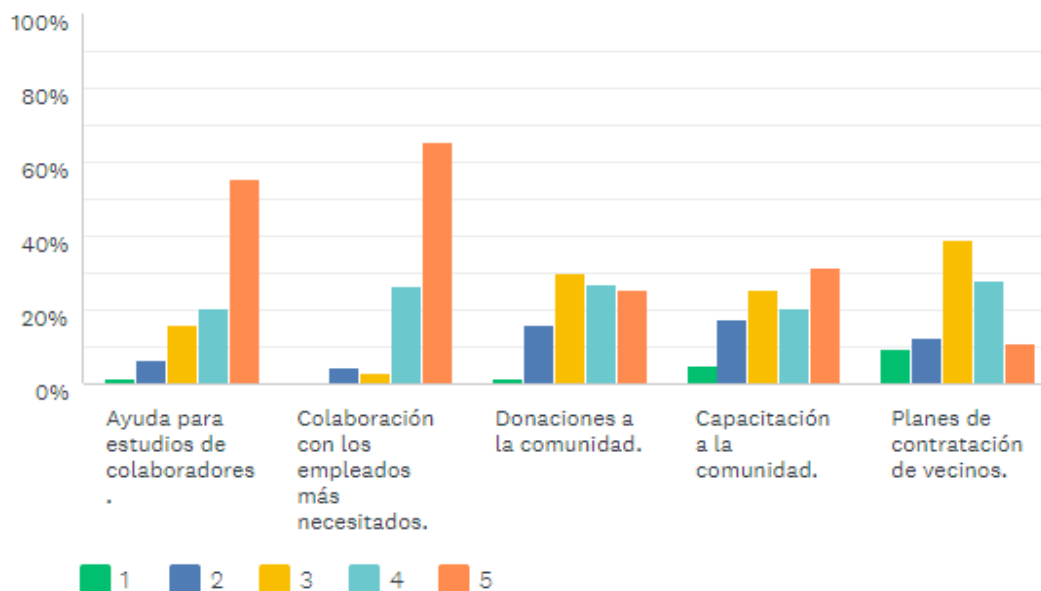


Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 21; indica las prácticas medioambientales que la población considera en orden de importancia, la principal acción que consideran es el ahorro de agua con un 75% la clasifica con un 5, la segunda más importante es el ahorro energético un 65,5% la clasifica con un 5, la tercera que consideran más importante es con un 61,9% la práctica de reciclar los desechos, con 57,38% se considera importante la reducción de desechos, un 42,86% indica que es importante reutilizar, un 42,62% también sugiere disminuir la emisión de gases.

Se deduce que las personas consideran importante la realización de prácticas ambientales y como conocen sus beneficios son capaces de determinar el orden de importancia, solo hay que buscar la manera de ponerlas en práctica. “Las buenas prácticas ambientales son aquellas acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan lo procesos productivos” (Línea Verde, 2018, parr.1).

**Figura 23: Prácticas sociales, que consideran más importantes la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 22; indica las prácticas sociales en orden de importancia según clasificación realizada por la población encuestada, un 55,56% de la población considera importante ayudar a los colaboradores con sus estudios, un 65,63% piensa más importante la colaboración de la compañía con los empleados más necesitados, 25,4% indica que las donaciones realizadas a la comunidad son significativas, un 31,75% sugiere que la capacitación a la comunidad es trascendental, un 10,94% cree que los planes de contratación de vecinos no tienen tanta importancia.

Práctica social es realizar una actividad de asistencia social en una comunidad o sociedad escogida, ejecutada por una compañía o por los integrantes de esa empresa, con el objetivo específico de ayudar. Es importante que la empresa realice prácticas sociales que beneficien a sus colaboradores, pero también que sus empleados realicen trabajos para ayudar a la comunidad.

## Resultado de la entrevista

A continuación se muestran los resultados de la entrevista aplicada a dos gerentes de áreas afines con el proyecto a realizarse en la empresa para su respectivo análisis.

**Tabla 8: Resultado de la entrevista aplicada a Henry Delgado y Rosa Leiva derivada del objetivo 5 durante el primer semestre del año 2020**

Ítem	Pregunta	Rosa Leiva	Henry Delgado
7	Indique ejemplos de prácticas amigables con el ambiente que le gustaría que Bticino Costa Rica pusiera en práctica.	Buscar una finca para reforestar (plantar árboles), recoger basura en las playas, eliminar la compra de pajillas y removedores plásticos de café.	Reciclar pero de manera formal en donde se mida la cantidad de desechos, ahorro de energía cambiando todas las luminarias a LED, medir el consumo de agua en la soda y reducir los desechos de grasa.
8	Indique ejemplos de prácticas sociales que le gustaría que Bticino Costa Rica pusiera en práctica.	Ayudar a los colaboradores internos, ayudar a la comunidad, precarios y orfanatos.	Sembrar árboles en la comunidad, atención al adulto mayor, darles estudios a los colaboradores.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la tabla 7 se muestran los resultados de la entrevista realizada a los dos colaboradores de Bticino que son seleccionados de acuerdo con su amplio conocimiento e injerencia en el tema con respecto a la variable cinco derivadas del objetivo cinco de la investigación.

Primeramente, se pregunta indicar ejemplos de prácticas amigables con el ambiente que le gustaría que Bticino Costa Rica pusiera en práctica, Rosa Leiva dice que buscar una finca para reforestar (plantar árboles), también ir a recoger basura en las playas y eliminar la compra de pajillas o removedores plásticos de café que se utilizan en la compañía.

Por otro lado Henry Delgado indica que la empresa recicle de manera formal en donde se mida la cantidad de desechos, también un plan de ahorro de energía cambiando todas las luminarias a LED y medir el consumo de agua en la soda ya que piensa que se desperdicia el recurso y además indica que sería interesante reducir los desechos de la trampa de grasa, ya que con frecuencia deben recurrir al servicio de limpieza de la trampa porque colapsa.

Se observa que las prácticas en los colaboradores están muy claras y que hay ideas que escuchar para tomar en cuenta, hay cosas que algunos colaboradores observan en específico por desarrollar alguna tarea en particular que saben que no se manipula de la mejor manera, al escuchar todas estas respuestas podemos agregar en el plan estratégico acciones de mejora para las mismas.

## **Análisis documental**

Al leer la literatura el Grupo se logra identificar que existe un fuerte compromiso de responsabilidad social que se basa en cuatro pilares; los usuarios, la sociedad, los empleados y el medio ambiente. De hecho casa matriz tiene como objetivo aportar los medios para lograr un crecimiento en la responsabilidad social de cada filial y entidad del grupo. El grupo posee un



departamento de Desarrollo Sostenible para coordinar las acciones de los demás países.

Teniendo en cuenta todos los desafíos medioambientales, sociales y tecnológicos que enfrenta el Grupo, como especialista mundial en infraestructuras eléctricas y de edificios digitales, Legrand tiene la intención de hacer todo lo posible para que todos puedan utilizar la electricidad de forma sostenible. Como parte de un enfoque de progreso para los usuarios, la sociedad, los empleados y el medio ambiente (Bticino.com, 2020, par.4).

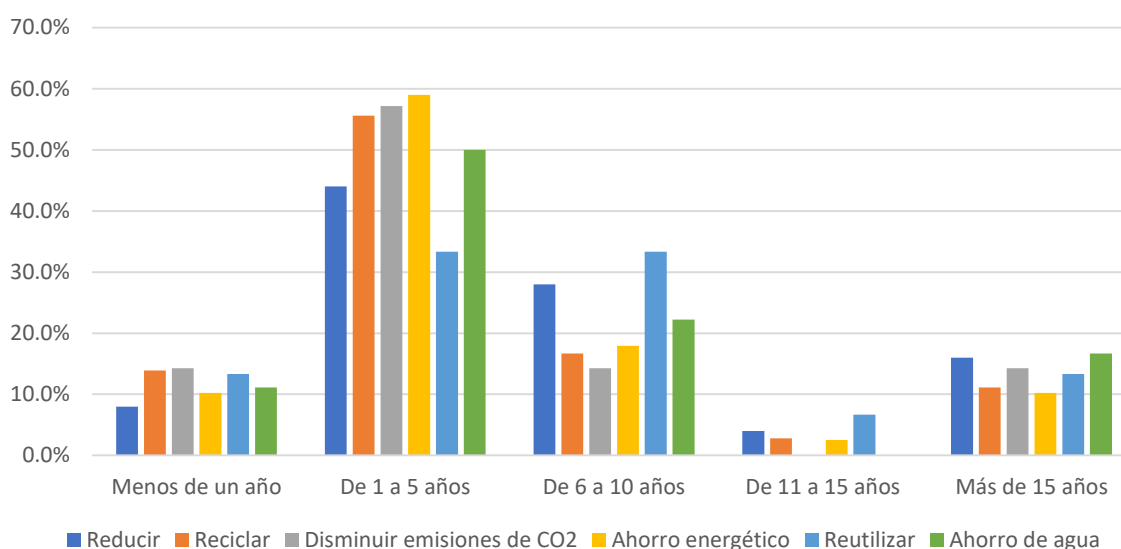
Algunas de las prácticas que el grupo está comprometido a realizar son;

1. Promoción de la eficiencia energética, Bticino promueve el desarrollo de soluciones innovadoras para asegurar la eficiencia energética y alcanzar hasta 60% de ahorro.
2. Responsabilidad social corporativa, iniciativas voluntarias como unirse al Pacto Global de las Naciones Unidas o cumplir con las políticas de la iniciativa FTSE4Good.
3. Produciendo de manera responsable, siguiendo estándares de casa matiz en todas sus plantas productoras a nivel mundial.
4. El compromiso del grupo con el desarrollo sustentable cubre tres áreas: responsabilidad social corporativa, el medio ambiente y gobernanza.
5. Con la reducción de las huellas ambientales de las instalaciones, para el 2009, el 84% de las plantas productoras a nivel mundial y el 96% de las unidades europeas alcanzaron la certificación ambiental ISO 14001.
6. Controlando el uso de químicos, el Eco-Diseño está enfocado en minimizar el impacto ambiental en la producción, a través de su propio ciclo de vida. El grupo ha estado aplicando este diseño por varios años y para finales del 2009, el 70% de los diseños del grupo ya aplican este concepto.

## Cruce de Variables

En este apartado se realiza un cruce de variables, se toman dos preguntas con información relevante y que pertenezcan a diferentes variables y se cruzan para generar una nueva perspectiva de información. La idea es analizar otras representaciones con el cruce de información para ver comportamientos.

**Figura 24: Tiempo laboral vrs prácticas medioambientales más importantes en la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



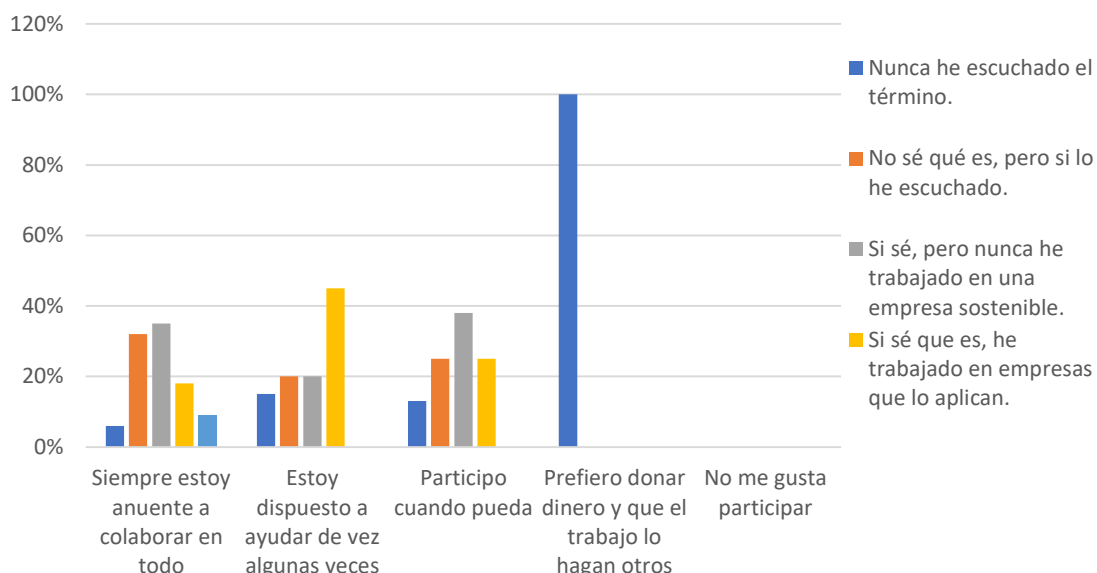
Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 22; indica según el tiempo laborado de los trabajadores en la empresa las prácticas medioambientales que consideran más importantes en la empresa, los colaboradores que tienen menos de un año consideran la práctica de reducir desechos como la menos importante con un 8% y la práctica de disminuir emisiones de CO2 como la de más importancia con 14,3%; los empleados que tienen entre 1 y 5 años de laborar en la compañía que son la mayoría, consideran menos importante reutilizar desechos con un 33,3% y más importante el ahorro energético con 59%.

Por otro lado los trabajadores que tienen entre 6 y 10 años de laborar para la empresa consideran igualmente como menos importante reciclar los desechos con 16,7% y como más importante reutilizar los desechos con 33,3%; los colaboradores que tienen de 11 a 15 años consideran menos importante disminuir emisiones de CO2 y ahorrar agua con 0% y más importante reutilizar con 6,7%; los empleados que tienen más de 15 años consideran menos importante ahorro energético con 10,3% y la más importante ahorrar agua con 16,7%.

En resumen la mayoría de los encuestados indica que es más importante reutilizar los desechos y menos importante reciclar y reducir desechos, esto da una visión más real de lo que es verdaderamente valorado por los colaboradores para ir más afín a esto en la propuesta que se realice en el capítulo seis del trabajo.

**Figura 25: Conocimiento de sostenibilidad empresarial vrs Participación en labores sociales y medioambientales, en la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Encuesta de elaboración propia, 2020.

La figura 22; indica según el conocimiento en sostenibilidad laboral que tienen los colaboradores encuestados la disposición de colaborar en actividades sociales y medioambientales; los colaboradores que están dispuestos a colaborar siempre un 35% sabe que es triple utilidad pero nunca ha trabajado en una empresa sostenible, el 32% no sabe qué es pero si lo ha escuchado, un 18% si sabe que es y ha trabajado en empresas que lo aplican, un 9% maneja muy claro el termino y sus aplicaciones, un 6% nunca ha escuchado el término.

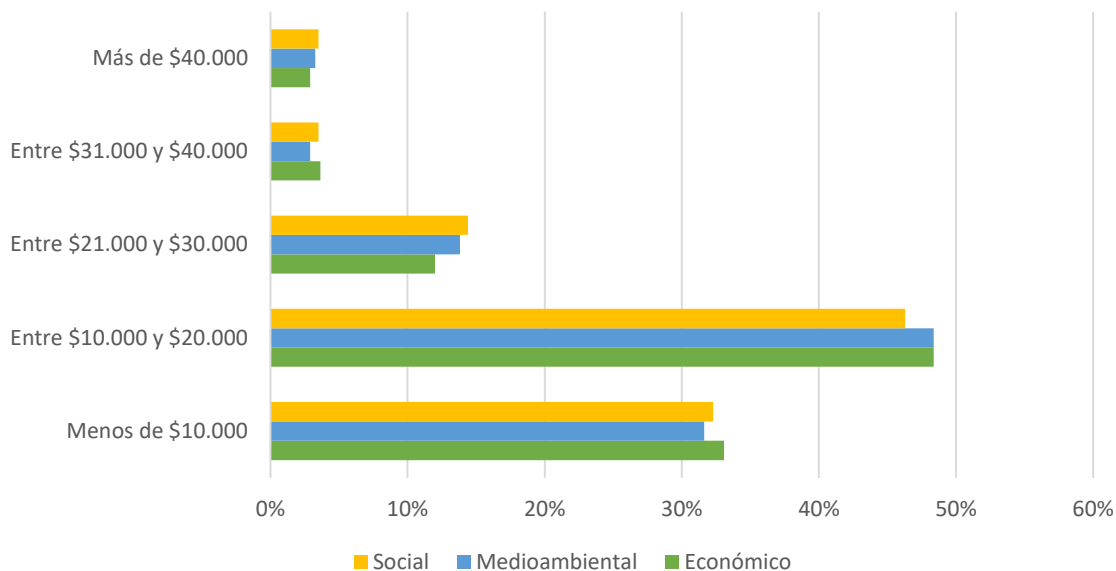
De los colaboradores que están dispuestos a ayudar algunas veces, un 45% si sabe que es y ha trabajado en empresas que lo aplican, un 20% sabe que es triple utilidad pero nunca ha trabajado en una empresa sostenible, un 20% no sabe qué es pero si lo ha escuchado, un 15% nunca ha escuchado el término, y un 0% maneja muy claro el termino y sus aplicaciones.

De los trabajadores que participan cuando puedan, 38% sabe que es triple utilidad pero nunca ha trabajado en una empresa sostenible, un 25% no sabe qué es pero si lo ha escuchado, un 25% si sabe que es y ha trabajado en empresas que lo aplican, un 13% nunca ha escuchado el término y un 0% maneja muy claro el termino y sus aplicaciones.

De los trabajadores que prefieren donar el dinero para otro haga el trabajo por ellos, el 100% no ha escuchado el término nunca. Y al 0% de los trabajadores no les gustaría participar. Estos datos obtenidos en resumen indica que la población está 100% anuente a colaborar en el proceso de manera diferentes pero por el mismo objetivo.

Esto evidencia que los empleados con conocimiento deciden participar todos de manera presencial, ya que probablemente saben a lo que se enfrentan, sin embargo el porcentaje que indica que no conoce nada del tema escojo participar de manera indirecta, en este caso donando el dinero para que otros hagan el trabajo por ellos, se observa que se debe al desconocimiento que les da inseguridad comprometerse a ayudar de manera personal. Hay que revisar si después de las capacitaciones sobre el tema cambian de parecer.

**Figura 26: Dinero dispuesto a invertir vrs beneficio más importante de triple utilidad, según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



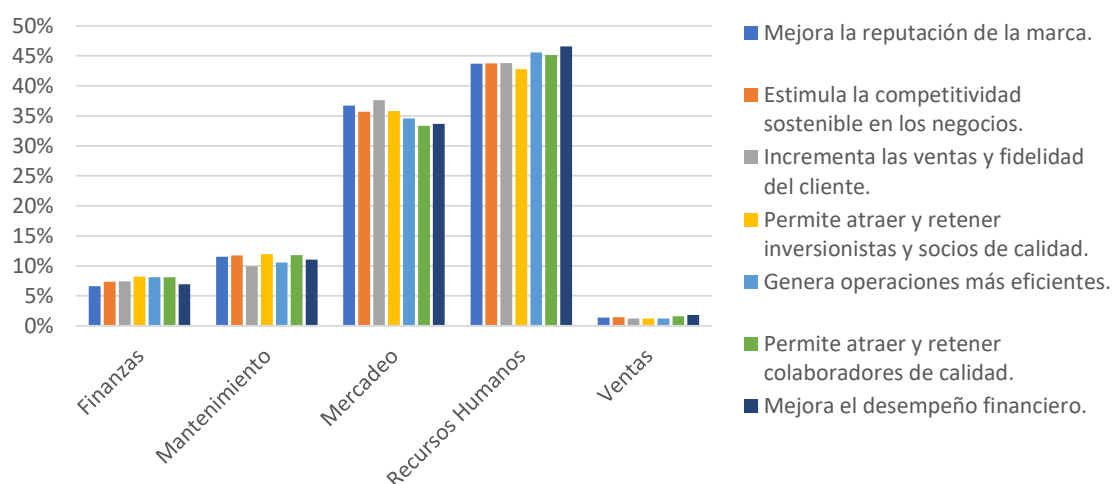
Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 22; indica según el presupuesto dispuestos a invertir que consideran los encuestados que se debe utilizar para el proyecto cual beneficio de triple utilidad es más importante, los colaboradores que indican utilizar menos de \$10.000 de presupuesto el 33% piensa que es más importante el beneficio económico, y el 32% piensa que es más importante el beneficio medioambiental y el mismo porcentaje 32% el beneficio social; los encuestados que escogen el presupuesto de entre \$10.000 y \$20.000 piensan que es igual de importante el beneficio económico y medioambiental ambos con 48%, y con 46% el social.

Por otro lado los empleados que escogen entre \$21.000 y \$30.000 piensan que es más importante ambos beneficios social y medioambiental ambos con 14% y menos importante el económico con 12%; los colaboradores que indican presupuesto entre \$31.000 y \$40.000 piensan que es más importante con ambos porcentaje el beneficio económico y social ambos con 4% y menos importante el medioambiental con 3%, los encuestados que indican

presupuesto mayor a \$40.000 piensas con 4% es más importante el beneficio social y menos importante con 3% ambos el económico y el medioambiental.

**Figura 27: Presupuesto vrs beneficios de la sostenibilidad empresarial, según la población encuestada de colaboradores de la empresa Bticino durante el primer semestre del año 2020**



Fuente: Elaboración propia, 2020.

La figura 22; indica según el presupuesto que los encuestados creen conveniente sacar el dinero a invertir para este proyecto, cual beneficio a producir se considera más importante, algunos creen conveniente tomarlo del presupuesto de finanzas un 7% cree que mejora la reputación de la marca, un 7% cree que estimula la competitividad sostenible en los negocios, un 7% cree que incrementa las ventas y fidelidad del cliente, un 8% cree que permite atraer y retener inversionistas y socios de calidad, un 8% cree que genera operaciones más eficientes, un 8% cree que permite atraer y retener colaboradores de calidad, un 7% cree que mejora el desempeño financiero.

De los que piensan que se debe tomar del presupuesto de mantenimiento, un 12% cree que mejora la reputación de la marca, un 12% cree que estimula la competitividad sostenible en los negocios, un 10% cree que incrementa las ventas y fidelidad del cliente, un 12% cree que permite atraer y retener

inversionistas y socios de calidad, un 11% cree que genera operaciones más eficientes, un 12% cree que permite atraer y retener colaboradores de calidad, un 11% cree que mejora el desempeño financiero.

Los que piensan que se debe tomar del presupuesto de mercadeo, un 37% cree que mejora la reputación de la marca, un 36% cree que estimula la competitividad sostenible en los negocios, un 38% cree que incrementa las ventas y fidelidad del cliente, un 36% cree que permite atraer y retener inversionistas y socios de calidad, un 35% cree que genera operaciones más eficientes, un 33% cree que permite atraer y retener colaboradores de calidad, un 34% cree que mejora el desempeño financiero.

Los que piensan que se debe tomar del presupuesto de recursos humanos, un 44% cree que mejora la reputación de la marca, un 44% cree que estimula la competitividad sostenible en los negocios, un 44% cree que incrementa las ventas y fidelidad del cliente, un 43% cree que permite atraer y retener inversionistas y socios de calidad, un 46% cree que genera operaciones más eficientes, un 45% cree que permite atraer y retener colaboradores de calidad, un 47% cree que mejora el desempeño financiero.

Los que piensan que se debe tomar del presupuesto de ventas, un 1% cree que mejora la reputación de la marca, un 1% cree que estimula la competitividad sostenible en los negocios, un 1% cree que incrementa las ventas y fidelidad del cliente, un 1% cree que permite atraer y retener inversionistas y socios de calidad, un 1% cree que genera operaciones más eficientes, un 2% cree que permite atraer y retener colaboradores de calidad, un 2% cree que mejora el desempeño financiero.

## Alfa de Cronbach

En este último capítulo se muestra el cálculo del Alfa de Cronbach, el cual cumple la función de validar el cuestionario aplicado a la población completa de Bticino. El Alfa de Cronbach es un coeficiente que permita evaluar la confiabilidad de los resultados de las investigaciones, se describe así;

Esta fórmula reproduce el coeficiente de fiabilidad del test si todos los ítems son paralelos. En la práctica es muy difícil que esto se produzca, pero tiene sentido su aplicación para establecer el grado en que los 77 diferentes ítems se están midiendo una única dimensión o rango. Alfa tendrá un valor alto (cercano a uno) cuando los ítems covarían fuertemente entre sí y asumirá valores cercanos a cero si los ítems son linealmente independientes (si covasen de forma escasa) (Ramos, 2008, p.84).

La teoría indica que la formula debe aplicarse con las preguntas del cuestionario que sean ordinales o de escala de Likert, según la clasificación del capítulo anterior. El resultado de la formula debe ser lo más cercano a uno para comprobar la validez de la aplicación de este, las preguntas utilizadas en este trabajo que cumplen para aplicar la formula son:

- Ítem 1.
- Ítem 2.
- Ítem 3 (3 reactivos).
- Ítem 7 (6 reactivos).
- Ítem 8.
- Ítem 9 (5 reactivos).
- Ítem 11.
- Ítem 12 (7 reactivos).

De esta forma y con base en los indicadores contemplados para el cálculo del coeficiente en cuestión, se precisa que se trabaja con un total de 25 ítems.



El cálculo del Alfa de Cronbach se calcula con esta fórmula.

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_j^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Donde;

$k$  = número de ítems.

$\sigma_j^2$  = es la suma de las varianzas de los ítems.

$\sigma_x^2$  = es la varianza del test.

Aplicando la fórmula para los datos específicos obtenidos en el cuestionario aplicado a la población total de la empresa Bticino y con base en los ítems antes señalados, se tiene lo siguiente:

$$\alpha = [25 / (25 - 1)] * [1 - (25,52 / 603,47)] = 0.998$$

Con este resultado se logra demostrar que los resultados de la aplicación de la encuesta son confiables, por la correcta utilización de la fórmula utilizada donde el resultado es muy cercano a 1, mostrando su validación. La tabla específica de los datos que se usan para la obtención de la fórmula se encuentran en los anexos del trabajo.

# **CAPITULO 5: Conclusiones y recomendaciones**

## Conclusiones

En el capítulo cinco se describen las conclusiones y recomendaciones obtenidas del trabajo de investigación realizado, se inicia previamente con las conclusiones para después establecer las recomendaciones a las mismas. Posteriormente de haber realizado el estudio de campo basado en una encuesta realizada a una muestra representativa de la población y en una entrevista a dos colaboradores claves de la compañía seleccionados por conveniencia, se procede a analizar la información recolectada con el fin de resumir, tabular de forma gráfica, observar y analizar los datos obtenidos; con el propósito de poder concluir las ideas del trabajo e indicar las recomendaciones para llevarlo a cabo.

Primero se procede a comentar las conclusiones generales del proyecto en estudio de acuerdo con el tema en investigación, para demostrar el conocimiento en el tema y las aplicaciones, después se procede a analizar las tablas y las gráficas obtenidas durante la investigación y cuando ya se conocen los resultados se procede a concluir los datos generales.

Como tercer paso se realiza un análisis de conclusiones por cada objetivo propuesto al inicio de este trabajo de investigación, en total son cinco objetivos. Este tipo de análisis permite concluir de manera más específica cada gráfica y tabla según la idea principal del objetivo planteado.

Para finalizar con este capítulo las conclusiones más importantes del análisis por objetivos se proceden a contrarrestarse bibliográficamente, con la finalidad de concertar los resultados obtenidos con la teoría existente y estudiada previamente en los primeros capítulos de este trabajo de investigación. Lo que permite consecutivamente dar cabida a las recomendaciones del investigador en cada objetivo.

A continuación, se da inicio con las conclusiones del trabajo en el orden mencionado anteriormente.

## Conclusiones de los datos generales

En este primer apartado se indican las conclusiones correspondientes a los resultados asociados a los datos generales de la encuesta y el cuestionario:

- Se concluye que más de la mitad de la población tiene entre 1 y 5 años de trabajar en la compañía, lo cual implica que al poseer poco tiempo de laborar en la empresa los empleados tienden a ser más adaptables a nuevas ideas y comportamientos que se les soliciten como por ejemplo un plan empresarial de buenas prácticas sociales y medioambientales.
- Se logra medir que más de la mitad de las personas encuestadas si tienen conocimiento del concepto de sostenibilidad empresarial, de lo cual se concluye que existe una población con mayor educación en el tema y que solo a una pequeña parte hay que capacitar desde cero, el objetivo que se busca es capacitar a los empleados en el tema para generar una concientización y una necesidad de poner en práctica el concepto, para que el mismo sea bien aceptado y no sea una imposición.
- Se logra demostrar que el cien por ciento de la población está dispuesto a participar y ayudar a la compañía de alguna u otra manera en la puesta en marcha del nuevo proyecto de triple utilidad, esto facilita en gran parte el éxito de la estrategia por que los empleados colaboran con la empresa y se hace más fácil la implementación, además la existir un involucramiento del personal de la empresa en las prácticas a proponerse estas se vuelven más experienciales y se logra un mayor compromiso.
- Se concluye la importancia de conocer a la población y su forma de pensar antes de emprender cualquier proyecto porque del buen conocimiento de los empleados y de la colaboración de ellos depende el triunfo de una estrategia. “La estrategia debe ser tan participativa como sea posible. La amplia participación fortalece tanto la planificación como la implementación de una estrategia” (Ness,1997, p.16). Lo que implica llevar a cabo capacitaciones a todos los empleados un día a la semana a las 9am para que manejen la teoría y la pongan en práctica.

## **Conclusiones de la primera variable: Identificar los beneficios de la sostenibilidad como estrategia de negocio**

En el siguiente apartado se indican las conclusiones más importantes relacionadas con lo que se pretende estudiar con la primera variable derivada del primer objetivo del trabajo, el cual tiene relación con los beneficios de usar la sostenibilidad como estrategia de negocio.

- Se concluye que para la población el beneficio más importante de la sostenibilidad empresarial es el medioambiental, seguido por el beneficio económico y dejando por último el beneficio social considerado en este caso como el menos importante, es importante porque se conoce que para los empleados el tema ambiental sigue siendo de suma importancia, aunque también se debe hacer un esfuerzo grande para que se valore la parte social la cual es también muy trascendental.
- Se logra observar que un 51,6% de la población si conoce o ha trabajado en una empresa de triple utilidad, entonces se facilita la puesta en marcha de esta estrategia en estas personas, y adicional se puede obtener retroalimentación de parte de los colaboradores en experiencias laborales anteriores. Lo que implica que el encargado del departamento de recursos humanos y de mantenimiento llaman individualmente a los colaboradores que tengan experiencias anteriores con el tema para escuchar idea y acciones en las que han participado. “La comunicación es imprescindible en una estrategia. La comunicación permite compartir los conocimientos, cambiar los valores y fortalecerlos, y realizar adaptaciones para alcanzar las metas propuestas” (Ness, 1997, p.16).
- Se demuestra que el beneficio principal de la sostenibilidad para la población es que esta estrategia mejora la reputación de la empresa, lo cual es significativo porque así se desea que vean a la empresa los clientes externos, esta estrategia de la mano con un buen plan de mercadeo que comunique las prácticas llevadas a cabo, hace que el

esfuerzo y la inversión del proyecto se vean recompensados en determinado momento.

- Se concluye que el beneficio social de la triple utilidad es de suma importancia principalmente el social interno que es el que está relacionado con las prácticas llevadas a cabo para beneficio de los colaboradores y sus familias, máxime que los empleados se sienten más identificados con la compañía cuando esta les facilita ayuda ante diversas situaciones difíciles laborales, económicas o familiares. Esto implica que las acciones sociales que recursos humanos determina en primera instancia serán internas, se estudia el ingreso individualmente y las necesidades de los empleados para determinar cuáles necesitan apoyo económico.

### **Conclusiones de la segunda variable: Precisar las prácticas medioambientales actuales de la empresa Bticino para mejorarlas**

A continuación, se presentan las conclusiones más relevantes que se obtienen de la información recolectada en base a la segunda variable derivada del segundo objetivo de este proyecto de investigación.

- Se concluye que la empresa Bticino no es experto en la puesta en marcha de prácticas medioambientales ni en el pasado ni actualmente, es terreno nuevo para la compañía que no se ha tomado el tiempo para pensar en los beneficios de usar estrategias sostenibles; tema que en la actualidad es de gran importancia para los clientes finales. Lo que implica que la empresa deba buscar asesoría de la literatura del grupo o de otra empresa que ya tenga su propia estrategia, o asesoría externa de alguna empresa sin fin de lucro que desee ayudar en el proceso. “Han surgido iniciativas en la sociedad, como la Iniciativa de Información Global (GRI,2012), para promover la difusión de información de sostenibilidad empresarial. Son también muchas las empresas que publican información en el área de la responsabilidad social” (Perdiguero, 2005, p.172).

- Se determina que la práctica medioambiental más sustancial que se realiza en el pasado en la empresa Bticino es la del ahorro energético, la cual resulta de una inversión realizada unos años atrás en donde se decide llevar a cabo el cambio de todos los interruptores de iluminación por sensores de movimiento automáticos en oficinas, baños y pasillos y se ve una mejora significativa en el consumo eléctrico, y por ende se refleja en el rebajo del recibo eléctrico.

El mercado envía señales de corto plazo, lo que lleva a las empresas a no incluir en sus sistemas de gestión el registro de externalidades negativas de medio o largo plazo, de modo que cuando se descubren daños ambientales ya es muy tarde para reaccionar” (De Sebastián, 2007, p.51)

Esto implica que al crear la estrategia de sostenibilidad en la empresa se debe de tomar en cuenta las acciones a largo plazo y qué impacto tendrá en el tiempo.

- Se concluye también que la dirección de la compañía tiene una decisión trascendental en la participación de una estrategia, porque las demás prácticas que se intentan llevar a cabo a través de los años no se logran concretar o mantener en el tiempo como es el caso del reciclaje, ya sea por falta de seguimiento o de presupuesto, este compromiso de la gerencia se retoma fuerte en este trabajo para poder ser una empresa exitosa de triple utilidad a largo plazo.

### **Conclusiones de la tercera variable: Definir las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa**

Seguidamente se presentan las conclusiones más significativas que se obtienen de la información recolectada en base a la tercera variable derivada del tercer objetivo de este proyecto de investigación.

- Se concluye que para más de la mitad de la población son mejor valoradas las prácticas sociales internas que son las que benefician de algún modo al empleado directo, como lo son ayudar a los colaboradores más necesitados o también puede ser darle estudio a los empleados ya sea porque no pueden pagárselo o para desarrollarlos dentro la compañía, estas prácticas de ayuda en situaciones difíciles generan aprecio y fidelidad de parte de los empleados, lo que los motiva a realizar mejor su trabajo porque se sienten agradecidos. Esto indica que el pago por llevar a cabo esas acciones sociales dentro de la compañía es el resultado en la eficiencia de la gente. “En el ámbito interno de la empresa debe concebirse como un elemento de cohesión y motivación que permita incrementar el compromiso y, en consecuencia, la productividad de todas las personas que trabajan en ella” (Gonzalez y Ena, 2012).
- Se observan también que existen las ayudas sociales externas las cuales consisten en ayudar a entes exteriores a la compañía pero que poseen relación con la misma de alguna manera, esto implica que se pueda realizar prácticas en las comunidades más necesitadas o incluso en los mismos vecinos de la comunidad donde este situada la compañía, esto genera mercadeo externo y retorna un pago de valor agregado para la organización. El objetivo principal es que ambos interesados logren un equilibrio donde salgan ganando los dos. En este caso el pago de la empresa es su compromiso con el desarrollo de la sociedad y la imagen que proyecta públicamente.

La RSC no sea entendida como un juego de suma cero, en el que lo que gana uno (sociedad) lo pierde el otro (empresa). Se trataría más bien de una estrategia win-win, en la que comportamientos empresariales socialmente responsables aportarían a la empresa una mejora de su competitividad (Guibert, 2009, p.32).

- Se concluye también que un programa de contratación de vecinos ayuda a obtener colaboradores más agradecidos por la oportunidad de laborar cerca de su hogar, debido a que gran cantidad de personas aumentan su nivel de estrés por pasar tantas horas al día en atascos vehiculares que



resultan en llegadas tardía a sus hogares. Esto implica que recursos humanos a la hora de tener una vacante puede empezar la contratación buscando en la comunidad por medio de anuncios en periódicos locales o anuncios en las pizarras de lugares públicos en la comunidad como escuelas, iglesia, supermercados, etc.

- Se observa también que la realización de prácticas sociales externas en donde se requiere el apoyo de los colaboradores para realizarlas genera más trabajo en equipo y mezcla de personal de distintos departamentos, esto implica compartir más y conocer mejor a los compañeros de trabajo fortaleciendo las relaciones laborales entre colaboradores y mejorando el clima social de la compañía.

### **Conclusiones de la cuarta variable: Definir el presupuesto para la estrategia de negocio**

En este apartado se crean las conclusiones más particulares que se obtienen de la información recolectada en base a la cuarta variable que se deriva del cuarto objetivo de este trabajo de investigación.

- Se concluye de estos resultados que los colaboradores consideran que el dinero para la inversión de esta estrategia de triple utilidad debe salir del departamento de recursos humanos, específicamente la parte social, ya sea interna o externa ya que se trabaja con el recurso humano para obtener resultados positivos. Esto implica que el departamento de recursos humanos debe destinar de su presupuesto el dinero para llevar a cabo las prácticas sociales que se definan en la estrategia. Independientemente de cuales departamentos salga el presupuesto lo importante es que perdure en el tiempo y se respete el uso de este, ya que en momentos de crisis es el primer presupuesto que deciden recortar y no permiten la continuidad de la estrategia.

Claro que los managers podrían hacer presupuestos y fijar objetivos específicos para la sostenibilidad, como la reducción de las emisiones de dióxido de carbono, pero cuando la obtención de ganancias está bajo presión, ¿hacia dónde dirigen sus miradas los managers para ahorrar? Es fácil inferir que el presupuesto de sostenibilidad sería el primero en ser recortado (Hope y Player, 2012, p.95).

- Se observa que en segundo lugar los empleados indican que la inversión de este proyecto debe salir del departamento de mercadeo, específicamente la parte medioambiental ya que el beneficio que se logra al poner esta estrategia en práctica es meramente mercadológico, por ejemplo, poder hacer propaganda para venderse como una marca sostenible. Esto implica que las acciones medioambientales y sociales que se realicen la comunicación y propaganda de estas debe salir del presupuesto del departamento de mercadeo, y hacer uso de ellas a conveniencia.
- Se estudia que los encuestados también exteriorizan que el presupuesto para esta estrategia debe salir del departamento de finanzas. Mientras otros indican que debe ser del departamento de mantenimiento que es el responsable de llevar a cabo el proyecto una vez puesto en marcha. Esto implica que las acciones medioambientales que se establezcan en la estrategia deben salir del presupuesto del departamento de mantenimiento ya que es a este quien le competen.
- Se observa que la muestra indica que el monto de inversión requerido para llevar a cabo esta estrategia es el menor rango en la tabla que se plantea, entre los \$10.000 y \$20.000 para ambos objetivos de triple utilidad las prácticas medioambientales y las prácticas sociales a plantearse.

La responsabilidad social corporativa (RSC) es la iniciativa de la empresa en invertir parte de sus ganancias en el bienestar de la sociedad, con el fin de proyectar una imagen pública positiva y crear una base de consumidores educados. Es un compromiso para contribuir al desarrollo económico sostenible y para trabajar con los empleados y sus familias, comunidad local y la sociedad, para mejorar la calidad de vida y preservar el medio ambiente (Wulf, 2018, p.38).

## **Conclusiones de la quinta variable: Determinar las técnicas para la generación de un negocio de triple utilidad**

En este punto se plantean las conclusiones más características que se obtienen de la información recolectada en base a la quinta variable derivada del quinto objetivo de este proyecto de investigación.

- Se concluye que para un 75% de los encuestados el ahorro del agua es la práctica medioambiental de mayor importancia a ejecutarse en una estrategia de sostenibilidad, esto porque es un recurso natural limitado y los últimos años la gente tiene una mayor conciencia de su ahorro. Esto implica que la primera acción medioambiental en estudiarse es el consumo de agua y plantear una estrategia para su ahorro. Algunas acciones que se comentan en el libro son fomentar un mayor grado de sensibilización y conciencia del uso racional del agua, utilizar grifería de lavamanos con temporizador para no desperdiciar agua (González y Suarez, 2000).
- Se determina que los colaboradores consideran trascendentales una serie de prácticas medioambientales que, aunque aportan en menos escala al ambiente también son importantes en la triple utilidad, por ejemplo, la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> y la reutilización de desechos. Esto implica que en segundo y tercero lugar se estudian estas dos prácticas para plantearlas en la estrategia. Un ejemplo es el reciclaje de papel y cartones “los cuales son clasificados y entregados a empresas certificadas que recopilan material reciclado” (González y Suarez, 2000, p.51).
- Se concluye que el 65,6% de los encuestados indican que la práctica social más importante en una estrategia de triple utilidad es la colaboración con los empleados más necesitados, eso muestra la empatía que existe de los compañeros con las necesidades de los demás. Esta práctica adicional favorece a la fidelidad de los empleados con la

compañía. Esto implica que la primera práctica social interna a plantear es que el departamento de recursos humanos evalúe a los colaboradores que pasan mayor necesidad económica para agregar en la estrategia ayuda a estos.

Las prácticas responsables en lo social que inciden en lo interno organizativo afectan, en primer término, a los trabajadores y que se refieren en concreto a cuestiones relativas a la gestión e inversión en recursos humanos, a la salud y seguridad en el trabajo y a la gestión del cambio (Carneiro, 2004, p.107).

## **Conclusiones de cruce de variables**

En este apartado se crean las conclusiones más representativas que se obtienen de la información recolectada en base al cruce de diferentes variables de este trabajo de investigación.

- Se concluye que la mayoría de los colaboradores tienen entre uno y cinco años de laborar en la compañía y piensan que la práctica medioambiental que es más importante es el ahorro energético, esto implica que los esfuerzos de la empresa deben ir más alineados con esa acción, sin embargo los empleados que tienen más de seis años en la organización piensan que es más importante reutilizar los desechos, así que se puede plantear una buena estrategia en este tema.
- Se deduce de este cruce de variables que la mayoría de los colaboradores si conocen el tema de sostenibilidad empresarial de algún modo, algunos solo lo han escuchado, otros han tenido experiencias con el tema en otras empresas, esto implica que el 100% este dispuesto a colaborar con el tema y participar de la manera que le sea posible en las acciones que se planteen.
- Se concluye también que el 100% de los que no conocen el tema de sostenibilidad empresarial estén anuentes a colaborar solo donando el dinero para que otros hagan el trabajo, esto es porque no conocen el

termino ni sus implicaciones y su falta de conocimiento hace que no quieran involucrarse personalmente con el tema, hay un alto porcentaje de probabilidades que cuando se les explique el tema deseen participar.

- Se observa que el monto de inversión inicial más apropiado a utilizar es entre \$10.000 y \$20.000 y que debe usarse en el beneficio medioambiental que es considerado el más importante de los tres, esto implica que el plan estratégico debe ir más enfocado a la parte medioambiental siempre manteniendo la parte económica estable ya que tiene igual importancia.
- Se determina que una gran parte de la población escoge que el presupuesto debe de tomarse del departamento de recursos humanos por que mejora el desempeño financiero, esto implica que irá más enfocado en las prácticas sociales porque así la motivación de los colaboradores aumenta y el desempeño es mejor. Sin embargo otra parte importante de los colaboradores piensan que el presupuesto debería de salir del departamento de mercadeo porque incrementa las ventas y la fidelidad del cliente, esto implica que si se realizan acciones sociales y medioambientales y se mercadean se logra una mejor concientización del cliente y por ende mayor lealtad.

## **Conclusiones generales**

En este último apartado de las conclusiones se presentan las opiniones generales finales de este trabajo de investigación, abarca una síntesis de todas las conclusiones planteadas anteriormente en relación con cada uno de los objetivos del proyecto y del conjunto de datos obtenidos por medio de la encuesta y la entrevista realizada a los colaboradores.

- Se obtiene la conclusión de que una estrategia de sostenibilidad en este caso la planteada que es de triple utilidad es una estrategia integral corporativa que debe involucrar a todos los departamentos de la

compañía para que su puesta en marcha sea exitosa, ya que una estrategia empresarial queda limitada por decisiones corporativas tal y como lo menciona en su libro Hrenbiniak (2007).

- Se logra demostrar que en la actualidad la empresa Bticino no está haciendo ningún esfuerzo por realizar prácticas sostenibles, que lo único que existe son intentos del pasado que han quedado funcionando, pero sin ninguna verificación o seguimiento del proyecto, pero también se han realizado intentos anteriormente que no son constantes en el tiempo y resultan en fracasos y pérdidas de inversiones.
- Se logra observar que los empleados de la compañía están en su mejor disposición para colaborar con la implementación de esta estrategia, hay un 40,6% de desconocimiento en el tema, pero interés en aprender, hay bastantes colaboradores con experiencia en el tema por un trabajo anterior y todos con ganas de ayudar y poner en marcha esta estrategia de sostenibilidad.
- Como última conclusión general, se determina que los encuestados conocen el beneficio que existe para la marca con una implementación estratégica de triple utilidad. Conocen las consecuencias positivas de esta puesta en marcha tanto mercadológicamente para la marca, como el beneficio social para los colaboradores mismos.

## Recomendaciones

Una vez finalizadas las conclusiones de este trabajo de investigación, tanto las de los datos generales como las de cada variable derivada de cada objetivo del proyecto, se procede a explicar las recomendaciones de la investigación, las que indican los pasos específicos que deben seguirse para la implementación de la estrategia de sostenibilidad.

Estas recomendaciones inician por cada uno de los puntos generales del trabajo en el mismo orden en que se realizan las conclusiones en el apartado anterior, seguidamente se trabajan las recomendaciones específicas para cada objetivo del proyecto. Este orden permite establecer el orden de las ideas para desarrollar en el siguiente capítulo la propuesta final a presentarse en este trabajo.

Para cada recomendación se abarcan tres principales temas, primeramente, se indica que se recomienda en cada punto, seguidamente se muestra a que persona se recomienda dependiendo del cargo que tenga en la compañía esa persona, ya que por lo general es el mismo responsable de realizar esa tarea, y por último se dice a partir de qué momento se lleva a cabo esta recomendación dada.

Una vez terminadas las recomendaciones por cada uno de las cinco variables, se procede a realizar las recomendaciones del cruce de variables y por ultimo las recomendaciones generales de este trabajo de investigación, las cuales poseen la información más relevante encontrada en la encuesta y en las entrevistas a lo largo del trabajo. De modo que las recomendaciones deben ser congruentes con los hallazgos y resultados afines con la investigación

Las recomendaciones están dirigidas a proporcionar sugerencias a la luz de los resultados, son una guía para la realización de la propuesta de una estrategia de triple utilidad que se presenta en el próximo capítulo.

## Recomendaciones de los datos generales

En este apartado se muestran las recomendaciones sugeridas para los datos generales que se recolectan en la encuesta y en la entrevista realizada a los colaboradores de la compañía en investigación.

- Se recomienda a la compañía realizar capacitaciones semanales sobre el tema de triple utilidad y explicar ejemplos de compañías sostenibles exitosas para que los colaboradores se comiencen a identificar y a concientizar con la labor y se facilite la implementación. Estas sesiones pueden ser de una hora al día el mismo día de la semana en hora de la mañana 9am que las personas están menos cansadas y prestan mejor atención, deben ser impartidas por el departamento de mantenimiento, y pueden invitarse semanalmente diferentes proveedores para que compartan sus conocimientos en el tema.
- Se insta a la empresa a conocer a los empleados que han vivido experiencias similares en trabajos anteriores y el departamento de mercadeo hacer un “*one and one*” semanal de una hora con los colaboradores que tengan experiencias anteriores trabajando en empresas sostenibles, siempre es importante conocer el punto de vista de los empleados con respecto a estos temas para observar su comportamiento, también es importante escuchar críticas y oportunidades de mejora.
- El estudio realizado permite conocer mejor la disponibilidad de los colaboradores para participar en esta estrategia cuando se requiera de su tiempo, el 100% de los colaboradores tienen posibilidad de colaborar por lo cual se recomienda a la empresa a realizar un horario grupal de trabajo para la realización de prácticas sostenibles cuando se tengan planteadas, especialmente las que van a ser fuera de horario laboral, para que todos los empleados tengan la posibilidad de participar por igual.



## **Recomendaciones de la primera variable: Identificar los beneficios de la sostenibilidad como estrategia de negocio.**

A continuación, se procede a indicar las recomendaciones de los resultados obtenidos en la encuesta y entrevista correspondientes a la primera variables derivada del primer objetivo del trabajo de investigación.

- Se recomienda hacer un esfuerzo grande para que los colaboradores reconozcan la importancia de la labor social, se pueden estudiar casos de otras empresas y presentarse semanalmente en un espacio de las charlas las acciones a hacerse en el mes para que la población haga conciencia de la importancia de ayudar a los demás y se apunte en cuales participar.
- Estos ejemplos mencionados en el punto anterior pueden solicitarse a casos reales de empresas donde los empleados han trabajado anteriormente y puedan contar su experiencia y los resultados de satisfacción personal que genera ayudar al prójimo. Cada compañero puede compartir en el espacio semanal la experiencia previamente conversada y acordada en las reuniones de una hora a las 9am.
- Se debe realizar una campaña de mercadeo donde se le muestre a los clientes las prácticas que se realicen ya que las personas se identifican con estas labores medioambientales y sociales, incluso dejarles claro que por cada producto de la marca Bticino que adquieran ayudan a realizar estas labores sostenibles. En la página web mercadeo debe mostrar todas las fotografías de las acciones realizadas por la empresa y también con la ayuda de los colaboradores

## **Recomendaciones de la segunda variable: Precisar las prácticas medioambientales actuales de la empresa Bticino para mejorarlas**

En este punto se procede a mostrar las recomendaciones sugeridas correspondientes a los resultados de la segunda variable derivada del segundo objetivo de la investigación que tiene cabida a las prácticas medioambientales.

- Se recomienda que el departamento de mantenimiento haga un listado de las prácticas que tienen oportunidad de llevarse a cabo en la empresa según el orden de prioridad escogido en la encuesta para poder definir cuales se deben ejecutar con antelación y cotizar el costo de realizarlas, esto con el fin de poder solicitar un presupuesto a inicio de año para este nuevo rubro.
- Se le solicita al departamento de mantenimiento buscar la documentación de la estrategia de ahorro energético que se lleva a cabo en el pasado con el cambio de sensores de iluminación en toda la compañía, con el fin de volver a darle seguimiento al ahorro que esta buena práctica genera y poder contabilizar los watts ahorrados mensualmente para el plan con mercadeo. Para revisar cuales aposentos no cuentan con la actualización del uso de sensores y cotizar cambiar los dañados o los que hacen falta.
- Cuando ya se tenga una idea clara del presupuesto que se requiere para realizar las labores anteriormente mencionadas, se procede a presentárselas a la dirección general por medio de un cuadro y el costo de las acciones ya que ellos son quienes dan el aval para el inicio de este proyecto. Con un presupuesto establecido por cada rubro es más fácil poder darle seguimiento y que las tareas sean constantes y lo más importante que sean medibles a corto plazo.

## **Recomendaciones de la tercera variable: Definir las condiciones de responsabilidad social actuales que posee la empresa**

Como parte de la investigación realizada se procede a indicar las recomendaciones de la tercera variable derivada del tercer objetivo de estudio en relación con los datos obtenidos en la encuesta y entrevista realizada a la población de Bticino.

- Se recomienda al departamento de recursos humanos que realice un estudio de todos los colaboradores por medio de los expedientes considerando sus ingresos y cuantos familiares dependen de ellos y detecte cuales viven situaciones económicas difíciles, o si alguno está pasando por una situación difícil económica o de salud, también si algún familiar se encuentra enfermo, o si por algún motivo no cuenta con los recursos para estudiar. Conocer este tipo de información puede ayudar a ofrecer ayuda a algún empleado en particular y así realizar una labor social interna.
- De igual manera el departamento de recursos humanos puede detectar alguna necesidad externa a la compañía en la que esta pueda aportar dinero, trabajo, mano de obra o materiales para la solución, ya sea en la misma comunidad donde se encuentra físicamente la empresa o alguna que necesite ayuda. Este tipo de información puede ir enlistándose y presupuestándose para llevarse a cabo.
- El departamento de recursos humanos puede coordinar una vez al mes la primera semana de cada mes, una capacitación técnica impartida por el gerente de normalización y capacitación de la empresa, anunciarla por medio de volanteo en la comunidad e impartirla en el salón comunal, dar un refrigerio y enseñarles sobre electricidad a las personas para que se puedan ayudar a conseguir trabajo más fácilmente, incluso poder reclutar personal con cualidades particulares que se detecten con el trato en las capacitaciones mensuales.

## **Recomendaciones de la cuarta variable: Determinar el presupuesto inicial para la aplicación de la estrategia de negocio de triple utilidad en la empresa Bticino**

Seguidamente se muestran las recomendaciones pensadas de acuerdo con los resultados obtenidos para la cuarta variable derivada del cuarto objetivo, con relación al presupuesto inicial para ejecutar esta estrategia.

- Se sugiere que una vez que el departamento de mantenimiento y el departamento de recursos humanos realicen su presupuesto de gasto aplicando las prácticas indicadas en el siguiente capítulo de este trabajo, deben presentarle a gerencia el dinero anual que necesitan que se les asigne para esta estrategia, debe presentarse con facturas proformas de al menos tres proveedores y un cuadro comparativo que indique por qué razón se escoge alguna.
- Se recomienda que el monto a asignarse este respaldado por información verídica conseguida por ambos departamentos encargados, la inversión no se puede asignar al azar porque generaría problema de no alcanzar el dinero, esto provoca que la realización de las prácticas no sea constante en el tiempo y que caigamos en malas experiencias o cosas hechas a medias. El dinero destinado para esta estrategia no debe tampoco sobrar porque el presupuesto no sería exacto, para esto se puede efectuar una revisión del gasto del presupuesto a cargo del departamento de contabilidad y ajustar semestralmente el monto a utilizarse.
- Cualquier estrategia empresarial debe ser tomada en conjunto y con esperanza en el proyecto, el apoyo de la alta gerencia es indispensable para el éxito por eso el proyecto debe ser bien presentado y defendido ante dirección para crear credibilidad y que apoyen con la formalización de esta. La defensa del proyecto se presenta por la persona que lleva la batuta del proyecto en el laboratorio de la empresa en compañía de los

directores y por medio de una presentación defiende el proyecto ante ellos para que aprueben el presupuesto.

## **Recomendaciones de la quinta variable: Plantear las técnicas adecuadas para la generación de un negocio de triple utilidad**

En este apartado se muestran las recomendaciones sugeridas para los datos obtenidos en la quinta variable derivada del quinto objetivo de la encuesta y en la entrevista realizada a los colaboradores de la compañía en investigación.

- Según el orden de importancia para los colaboradores encuestados, primero se recomienda al jefe de mantenimiento que retome la medición del agua y determine el gasto para plantear una estrategia de reducción, actualmente se cree que el mayor gasto se encuentra en los baños y la soda. Como segundo punto se recomienda al encargado de mantenimiento retomar el proyecto de ahorro energético que se realiza años atrás para darle seguimiento y poner en marcha la estrategia sostenible de triple utilidad.
- Se encarga como tercer punto, pero con más nivel de urgencia que el jefe de mantenimiento cotice empresas de reciclaje para contratar cuanto antes una empresa certificada que comience a hacerlo de manera profesional. Y comenzar a medir el gasto y a contabilizar los desechos reciclados por medio de pesas que suministra la empresa contratada para la medición. El departamento de mantenimiento debe colocar basureros identificados en todas las entradas de la compañía para la separación de desechos.
- Se solicita al departamento de recursos humanos a que levante una investigación del nivel de vida de los colaboradores y determine los más necesitados y como puede la compañía brindarles algún tipo de ayuda. Una vez identificados se cotiza la ayuda para poder presupuestar la inversión. Puede ser bono escolar adicional para la entrada a clases, regalía de material de construcción para que arregle su vivienda, pago de

estudios de los hijos, canasta básica de víveres para familias en situaciones difíciles.

- Se recomienda al departamento de recursos humanos a que conozca el nivel de educación de sus colaboradores y les ofrezca ayuda para que tengan la posibilidad de finalizar sus estudios. O en algunos casos la oportunidad de comenzar a estudiar alguna carrera afín con el trabajo que realiza para que tenga oportunidades de crecimiento dentro de la empresa, incluso acompañado de un plan de crecimiento profesional para esa persona.

## **Recomendaciones de cruce de variables**

En este apartado se muestran las recomendaciones sugeridas para los datos obtenidos en el cruce de variables de los datos obtenidos en la encuesta realizada a los colaboradores de la compañía en investigación.

- Se recomienda al jefe de mantenimiento realizar un levantamiento de las prácticas de ahorro energético actuales, y renovar el plan existente de manera que se mejoren las prácticas y se estandaricen para todos los recintos de la compañía, si alguna oficina falta de cambio de sensor indicarlo, revisar físicamente en sitio que todos los sensores estén en buen estado y ajustar si alguno esta desajustado.
- Se solicita al gerente de normalización y capacitación realizar una capacitación inicial con todos los colaboradores que no conocen del tema de sostenibilidad, explicarles en una charla de dos horas presencial realizada por el investigador la teoría y práctica del tema para conocer si cambian de opinión con respecto a colaborar personalmente con las labores a plantearse, para saber realmente con cuantos colaboradores se cuenta y realizar un plan de participación.
- Se insta al investigador a realizar un plan de costos de las estrategias sociales y medioambientales a realizarse, para que se valide que el

presupuesto va de la mano con el beneficio económico de la empresa, porque si las rentabilidades de la compañía no dan para un presupuesto establecido no se podrán cumplir las prácticas.

## **Recomendaciones generales**

Por último, se procede a exponer las recomendaciones de entorno general del trabajo, las que hacen referencia a un ambiente macro del tema de investigación.

- Se recomienda al departamento de mercadeo integrar la sostenibilidad en los mensajes y en la publicidad corporativa y de marca, esto es realmente importante para mantener adecuadamente informadas a las partes interesadas en este proyecto: inversionistas, empleados, clientes, reguladores, etc. Este trabajo es signado a mercadeo quien debe preparar una campaña informativa.
- Se debe considerar los principios de triple utilidad en las decisiones de la compañía, ya que todas ellas implican un equilibrio entre las tres variables. Las implicaciones ambientales al tomar una decisión deben de tenerse en cuenta debido a sus implicaciones de riesgo, costo, crecimiento, servicio y calidad.
- Entre las buenas prácticas sostenibles también se encuentra la reducción de desechos, se puede comenzar con el papel, que produce diferentes problemas ambientales como la deforestación, el cambio climático, etc. Se recomienda promover por medio de una campaña digital el intercambio de archivos por medios digitales para poder reducir o anular el uso del papel.
- Se recomienda al departamento de mantenimiento evaluar una campaña de reducción de las huellas ambientales y la huella de carbono, buscar en el mercado asesoría de empresas para informarse del tema y considerarlo entre algunas de las prácticas a llevar a cabo en corto plazo.

## **CAPITULO 6: Propuesta**



## Introducción

En este último capítulo se resume todo el presente trabajo de investigación, el cual da lugar a la propuesta final para una estrategia sostenible de triple utilidad en la empresa Bticino Costa Rica. Se obtiene la información suficiente en la investigación realizada mediante varias herramientas utilizadas durante el proyecto, esta información recolectada se contrasta con la información teórica existente y se dan por concluidas las respuestas que se buscaban con los objetivos planteados.

Con las herramientas de recolección de información usadas toda la población de los empleados de la compañía se logra averiguar valiosos puntos a considerar en la estrategia final a plantearse, ya que los trabajadores son el pilar más importante por tomar en consideración al planear la estrategia porque depende de ellos el éxito de la puesta en marcha.

Sin embargo, toda la investigación recogida se contrasta con la información teórica averiguada en los capítulos anteriores para que la propuesta sea genérica y no propia para esta determinada compañía. La idea principal de esta estrategia es que pueda servir como guía para cualquier otra compañía que desee aplicar una estrategia de triple utilidad, porque posee cada una de las actividades a realizarse y los responsables de llevarlas a cabo.

Estas prácticas aquí mencionadas son una pauta para comenzar con el proceso de convertir una empresa en sostenible, sin embargo, en cada aplicación se puede hilar aún más fino según el sector al cual corresponda.

En esta propuesta se comienza por la parte medioambiental, seguidamente por la propuesta social y para finalizar se presenta la propuesta financiera que se requiere para llevar a cabo esta estrategia de triple utilidad, a partir de ahí se le presenta a la compañía con un sustento financiero para que ellos determinen su aplicación.

## **Descripción**

Esta propuesta a presentarse detalla las prácticas que se deben llevar a cabo para realizar una estrategia de sostenibilidad, como esta específicamente es de triple utilidad entonces indica tanto las prácticas medioambientales como las prácticas sociales que se adaptan mejor a las necesidades de la empresa Bticino en este caso de estudio.

En las prácticas medioambientales se plantean las que la encuesta determino más convenientes y en las prácticas sociales se trabajan algunas que se consideran más importantes según la entrevista realizada. Al final del trabajo se presenta un reporte financiero con los costos de llevar a cabo estas estrategias para poder cuantificar la inversión, y que la empresa después busque el dinero para poner la estrategia en marcha.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Plantear una propuesta de triple utilidad para implementarse en la empresa Bticino a partir del año 2021.

### **Objetivos Específicos**

- Sugerir las prácticas medioambientales correctas para llevar a cabo en la organización.
- Proponer las prácticas sociales internas y externas adecuadas para efectuar en la compañía.
- Plantear un presupuesto financiero real que se requiere para implementar la propuesta en la empresa Bticino.

## **Público meta de la propuesta**

El público meta se utiliza para designar un destinatario a un proyecto específico, con la finalidad de que vaya alineado a un perfil de público determinado y lleve un mensaje a este mercado. Definido el significado, entonces esta propuesta puede utilizarse de guía para cualquier empresa que desee realizar una estrategia de triple utilidad, porque las acciones a plantearse son muy generales y se pueden acoplar a otros negocios.

En la propuesta a plantearse en este último capítulo el público meta es la empresa Bticino Costa Rica con sede en Barreal de Heredia que cuenta con 64 colaboradores y para quien se realiza esta estrategia a la medida, ya que la organización es la que se ve beneficiada con los pasos y acciones a seguir para convertirse en una compañía de triple utilidad a partir del año 2021.

## **Alcance**

En este trabajo lo que se quiere alcanzar es una guía paso a paso para lograr implementar una estrategia sostenible de triple utilidad es una compañía. Se desea lograr acciones concretas a realizarse y asignar los responsables de cada departamento que las lleva a cabo, esto en base al trabajo de campo que se hace y a los requerimientos que se encuentran.

En cada práctica que se recomienda se coloca como se debe llevar a cabo, quienes deben ponerla en práctica, como se mide en el mediano plazo para revisar resultados, en cada indicador se muestra un cuadro con los datos que deben recolectarse y los logros a plantear alcanzar con el entendido que debe hacerse fácil de comprender y aplicativo para que cualquier empresa intercambiando los datos pueda ajustarla a sus requerimientos.

En el apartado se mencionan los indicadores primero de la parte ambiental, luego de la parte social y por último el presupuesto financiero para lograr ponerlo en práctica.

## **Propuesta**

La propuesta de este trabajo se construye a raíz de la información recolectada en la aplicación del cuestionario realizado a la población total de la empresa Bticino y a la entrevista realizada a dos colaboradores claves en la compañía. En base al conocimiento de las prácticas actuales de la organización tanto medioambientales como sociales se plantean mejoras, se retoman alguna y se diseñan nuevas acciones convenientes para lograr una mejoría de acuerdo con la información obtenida.

## **Propuesta Medioambiental**

Durante el desarrollo de este proyecto se encuentran ciertos indicadores determinantes en la gestión ambiental de la empresa, la cual no realiza ninguna acción contundente para medirlos. Estos indicadores se mencionan en orden de importancia según la información recolectada en el cuestionario realizado a la población total de la compañía.

El mayor beneficio que obtiene la empresa al realizar estas prácticas es lograr un ahorro en la facturación de recibos debido a las acciones, también logra obtener dinero o ecoins por el reciclaje de sus residuos en centros de acopio, y por la reducción en la huella de carbono se puede optar por el certificado de carbono neutral.

En este capítulo se menciona los indicadores medioambientales, y la persona encargada del proyecto debe colocarle las mediciones actuales promedio de la empresa, deben ser tomadas de la información del año 2019 y por último se indican las acciones a realizarse para logra un cambio y alcanzar la meta propuesta para lograr la sostenibilidad de la compañía Bticino que es el objetivo del proyecto.

## Consumo Energético

Esta práctica es la que arroja la encuesta que se considera entre las más importantes a realizar, su indicador de medición se mide en Kilo Watt Hora (Kw/h), y expresa la energía total consumida en la operación de la empresa. Esta información la debe obtener el encargado de realizar el proyecto, de la revisión de los recibos de electricidad mensuales de la compañía durante el año 2019, los cuales se promedian para obtener el dato a trabajar y se completa en la tabla 8 en la celda en amarillo.

**Tabla 9: Datos del indicador Eléctrico.**

Indicador	Objetivo	Consumo KW/H 2019
Electricidad	Reducción	

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la tabla 9 se logra observar el consumo promedio en el año 2019 en Kw/h, y la meta es reducirlo con las siguientes acciones por plantearse, estas prácticas aseguran esa reducción de Kw/h que se requiere.

### Propuesta de Acciones

1. Realizar el cambio de todos los bombillos y fluorescentes a Led, hay varios recintos actualmente que poseen bombillos incandescentes de alto consumo energético. Cada bombillo incandescente consume 100 Watts y el equivalente en Led consume 15 Watts. En resumen, por cada bombilla que se cambie se reducen 85 Watts, equivale a 85% de ahorro por cada bombillo cambiado.

Por lo tanto se adjunta una tabla de equivalencias de consumo por tipo de bombillo a Led, el encargado del proyecto debe realizar el relleno de los bombillos que cambie en el cuadro y el mismo le indica cuantos watts de ahorro va a lograr con esta acción, se rellena el cuadro en la celda amarilla.

**Figura 28: Ahorro de Watts con cambio a led.**

Lúmenes (Lm)	LED	Incandescentes	Halógenas	CFL y Fluorescentes
80/110	1 W	10 W	–	–
110/270	3 W	30 W	20 W	7 W
250/450	5 W	40 W	35 W	13 W
550/720	7 W	60 W	50 W	15 W
650/800	11 W	100 W	70 W	23 W
800/1500	15 W	120 W	100 W	32 W
1600/1800	18 W	150 W	150 W	48 W
2500/2600	25 W	200 W	200 W	52 W
2600/2800	30 W	250 W	250 W	68 W

Fuente: optimaled.es, 2020.

Sabiendo las equivalencias de la imagen 28, entonces se debe completar la tabla 10 que corresponde al cambio de bombillas que se realicen en base al tipo de bombillo para determinar el ahorro en watt que se va a obtener al final de la acción, se llena la celda amarilla con la cantidad de bombillos reemplazados.

**Tabla 10: Ahorro en cambio de Bombillas convencionales.**

Cantidad de bombillos convencionales	Watt del bombillo	Cambio a Led	Ahorro
	75 W	10 W	=65*()
	100 W	15 W	=85*()
	150 W	18 W	=132*()
	Fluorescente 120cm (48 W)	18 W	=30*()
TOTAL WATT AHORRADOS:			=SUMA

Fuente: Elaboración propia, 2020.

2. Colocar sensores de movimiento para todas las luminarias internas y con fotocelda en las luces exteriores. Para evitar que se mantengan encendidas cuando no lo amerita. A continuación se presenta la imagen 29 con las equivalencias de ahorro con el uso de sensores de presencia dependiendo el recinto.

**Figura 29: Ahorro de energía con la colocación de sensores de presencia.**



Fuente: legrand.us, 2020.

Sabiendo cuanto ahorro representa la colocación de sensores en áreas específicas, entonces completar la tabla 11 en las celdas amarillas con los cambios que se realicen en sitio para poder determinar cuál es el ahorro total al aplicar esta práctica.

**Tabla 11: Ahorro al colocar sensores de presencia.**

Cantidad de sensores	Aposento	Ahorro
	Oficinas cerradas	=()*30%
	Oficinas abiertas	=()*30%
	Pasillos/Escaleras	=()*80%
	Baños	=()*70%
	Comedores	=()*30%
	Exteriores	=()*40%

Fuente: Elaboración propia, 2020.

3. Implementar el uso de timmers horarios que deshabiliten el uso de los A/C a horas determinadas para asegurarse que nadie los deje encendidos al retirarse, Y colocar termostatos en los aires acondicionados para que se regulen según la temperatura ambiente, subir 2° en invierno, bajar 2° en verano.

Según Grupo ICE (2020), las condiciones en las que está expuesta la persona en un ambiente laboral, establece como temperatura de confort entre 22°C y 25°C con una humedad relativa del 60%. Desde el punto de vista práctico y teórico se calcula un 4% de reducción de energía por cada grado centígrado de aumento de temperatura.

**Figura 30:Tabla de consumo de una unidad de A/C de 22000 BTU/h.**

Temperatura (°C)	Consumo kWh
24	1,000
23	1,065
22	1,134
21	1,208
20	1,286
19	1,370
18	1,459

Fuente: edesur.com.ar, 2020.

Esos 2° C de menos durante el invierno representan un 8% de ahorro en el consumo normal de electricidad.



## Consumo de Agua

La medida de este indicador se expresa en metro cúbicos (m<sup>3</sup>) y mide el consumo de agua que necesita la empresa para sus operaciones, los datos los brindan los recibos de agua del último año 2019 los cuales deben ser obtenidos por el encargado del proyecto que debe promediar para obtener un consumo mensual de trabajo y llenar la tabla doce.

**Tabla 12: Datos del indicador consumo de agua.**

Indicador	Objetivo	Consumo 2019
Agua Potable	Reducción	

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En esta tabla se determina el consumo de agua y este puede reducirse considerablemente aplicando las prácticas sostenibles a plantearse. Se hace un estudio de campo donde se determinan las posibles causas del desperdicio y se plantean acciones que buscan mejorar y reducir este sobrante.

### Propuesta de Acciones

1. Cambiar todas las llaves de lavamanos de la compañía por llaves de sensor o temporizador que permitan solo abrir la llave cuando se está utilizando, y no dejarlas abiertas. La grifería que se elija debe ayudar a usar eficientemente el agua. Existen distintos tipos de llaves con las que se puede ahorrar hasta un 80% de agua. Existen dos tipos de grifería:

**Con temporizador:** El caudal se activa con un pulsador y se cierra automáticamente después del tiempo establecido. Se utiliza en lugares de gran asistencia de personas para evitar el desperdicio de agua cuando olviden cerrar el grifo. Precio normal 25,000 colones por grifo.

**Con sensor infrarrojo:** Funciona mediante sensores infrarrojos que se activan por proximidad, es decir, el agua cae cuando las manos están bajo la llave y se corta al sacarlas. Ideal para lugares públicos. Precio mas económico 155,000 colones por grifo.

Por el costo de la grifería, y para no incurrir en un mayor consumo eléctrico se determina utilizar la grifería con temporizador, es más económica, robusta y no necesita prevista eléctrica.

2. Iniciar una campaña de concientización con el agua y colocar brochures en baños y cocinas haciendo énfasis en ahorrar este recurso.

La campaña se llama **¡Bticino reduce su huella hídrica!** y se realizan una serie de brochures virtuales para enviar mensualmente por correo electrónico con datos curiosos sobre el tema del agua, además se pegan volantes con recordatorio de la campaña en lugares públicos con acceso a agua como lo son baños, la cocineta y el comedor para tener presente el ahorro de este.

**Figura 31: Brochure virtual primer mes.**



Fuente: Elaboración Propia, 2020.

En la segunda semana de la campaña se debe compartir el brochure virtual de la figura 32 mediante correo con el dato curioso.

**Figura 32: Brochure virtual segundo mes.**



Fuente: Elaboración Propia, 2020.

En la tercera semana este es el brochure a compartir en la publicación de la campaña vía correo electrónico con la curiosidad de la semana.

**Figura 33: Brochure virtual tercer mes.**



Fuente: Elaboración Propia, 2020.

Como parte de la campaña a realizarse sobre la concientización del uso racional del agua, se deben colocar estos volantes emplastificados arriba de toda salida de agua, tubos, lavamanos, pilas, fregaderos, inodoros, etc. para que los empleados tengan conciencia del uso del agua.

**Figura 34: Volantes para pegar en áreas uso de agua público.**



Fuente: Elaboración Propia, 2020.

## Manejo de Residuos

Este indicador se expresa en Kilogramos (Kg) y refleja la cantidad de residuos sólidos que genera la empresa en su operación diaria, está compuesta mayormente por papel y cartón.

Actualmente la empresa no mide sus residuos porque no los recicla, por lo cual se procede a realizar el trabajo de campo para determinar por una semana la cantidad de residuos que se producen.

**Tabla 13: Datos del indicador desechos sólidos.**

Indicador	Objetivo	Residuos 2019
Desechos Sólidos	Reciclar	

Fuente: Elaboración propia.

Y se determina que la empresa alquila a la compañía WPP Coriclean un contenedor tipo “carga trasera” que se llena y lo recolectan una vez a la semana. Este contenedor mide 2m de ancho x 1,25m de alto x 2,6 m de largo, y le caben aproximadamente 400 Kg de residuos sólidos ordinarios.

**Figura 35: Carga Trasera.**

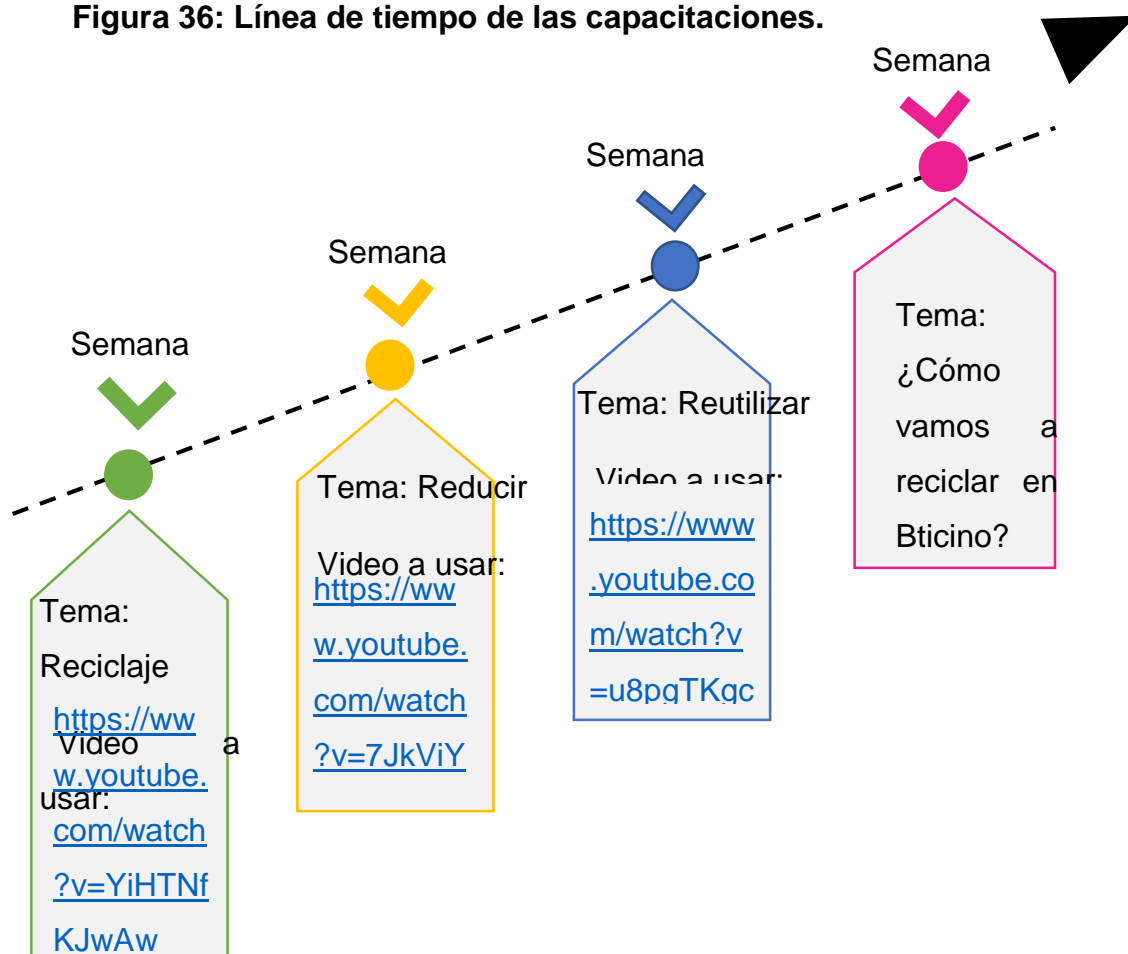


Fuente: WPP Coriclean, 2020.

## Propuesta de Acciones

1. Realizar una serie de capacitaciones presenciales con el personal para explicarles la teoría del reciclaje, como funciona en la empresa, donde están físicamente los basureros, como se clasifica la basura y demás teoría que se necesita comprender para empezar con éxito. Estas capacitaciones deben ser impartidas por el responsable de implementar el proyecto, se imparte una capacitación semanal de los siguientes temas.

Figura 36: Línea de tiempo de las capacitaciones.



Fuente: Elaboración Propia, 2020.

2. Como los basureros ya existen en la compañía solo se reutilizan y reubican. Es importante mencionar que la empresa cuenta en dos lugares físicos con los cinco basureros que se solicitan para reciclar porque en algún momento en el pasado implementan esta práctica, sin embargo en la actualidad no se utilizan y se vierten todos los basureros en el contenedor de basura grande sin separarlos. Además los usuarios no saben la clasificación de estos por lo cual se rotularán.

**Figura 37: Basureros de reciclaje.**



Fuente: Ecocontenedores.cl, 2020.

Rotulación de basureros para los usuarios sepan que echar y que no en ellos según su color. Se debe colocar emplasticado y a color para mayor comprensión y durabilidad del rótulo.

**Figura 38: Rotulación del contenedor de basura amarillo.**



Fuente: algohayquehacer.es, 2020.



**Figura 39: Rotulación del contenedor de basura azul.**



Fuente: algohayquehacer.es, 2020.

**Figura 40: Rotulación del contenedor de basura verde.**



Fuente: algohayquehacer.es, 2020.

**Figura 41: Rotulación del contenedor de basura café.**



Fuente: algohayquehacer.es, 2020.



3. Se conversa con la empresa que le da a la empresa el servicio de recolección de desechos para que le brinde también la recolección del material de reciclaje por aparte y se le asignen ecoins. Con los ecoins ganados anualmente se rifa un paseo a un hotel de playa entre los empleados como motivación a ser parte del programa de reciclaje.

**Figura 42: Equivalencias de Ecoins.**

Equivalencias de <b>ecoins</b> <sup>®</sup> 			
Materiales ordinarios		Materiales especiales en puntos específicos	
Material	Precio unitario	Material	Precio unitario
Botellas de plástico PET y HDPE 	10 ecoins	Aceite de cocina 	100 ecoins x Litro
Bolsas plásticas 	10 ecoins	Llantas 	100 ecoins
Envases de tetra pak 	1 ecoin	Electrónicos 	100 ecoins
Latas de aluminio 	5 ecoins	Aceite de vehículo 	100 ecoins x galón
Hojalata 	2 ecoins	Medicamentos vencidos 	25 ecoins
Botellas y envases de vidrio 	5 ecoins	Ecoladrillos 	10 ecoins
Envases Florix 	12 ecoins	Tintas y tóners 	10 ecoins
Papel y cartón 	10 ecoins xKg	Otros plásticos 	25 ecoins
		Cápsulas Nestlé 	Muy pronto

Fuente: [costarica.ecoins.eco](http://costarica.ecoins.eco), 2020.

4. Evitar utilización de envases en refrescos y botellas de agua quizá colocando dispensadores de agua potable, se recomienda la colocación de por lo menos cuatro dispensadores de agua en la empresa para que estén cercanos y realizar botellas rotuladas para cada espacio de trabajo para que la gente tome agua constantemente y no consuma botellas plásticas.

**Figura 43: Dispensadores de Agua.**



Fuente: gollotienda.com, 2020.

Cada dispensador de agua tiene un costo de 70,000 colones, aproximadamente cada bidón de agua dura una semana, y tiene un costo de 3,650 colones al detalle.

**Figura 44: Dispensadores de Agua.**



**CRISTAL**  
AGUA NATURAL (BIDON)

envase 18900mL

₡ 3,650 /ud

Agregar

Fuente: automercado.cr, 2020.

## Emisiones CO<sup>2</sup>

Este indicador proviene de la quema de combustibles fósiles como el petróleo, el carbón o el gas natural, se expresa en kg de CO<sup>2</sup>; En la empresa la actividad que más genera huella de carbono es la gasolina a la hora de que los empleados conduzcan a su lugar de trabajo, en segundo lugar la gasolina que genera el transporte que reparte mercadería a los clientes, y en tercer lugar los Kw/h del consumo eléctrico. El encargado del proyecto debe determinar el consumo de CO<sup>2</sup> que generan la empresa en su operación diaria, y se plantean acciones para realizar una reducción en la huella de carbono como se le conoce actualmente a esta práctica.

Al completar la tabla 14 con las distancias en kilómetros que recorre cada trabajador, debe coincidir la cantidad de celdas con la cantidad de empleados, la formula multiplica los kilómetros por dos, porque es la ida al trabajo y el regreso a casa, luego lo multiplica por la cantidad de personas que viajan y por último se multiplica por 0,18 porque es el equivalente a 1 km de distancia recorrido en un vehículo de combustible desconocido, ya que se desconoce cuántos vehículos son de gasolina regular, diesel, o de gas.

**Tabla 14: Generación de CO<sub>2</sub> en transporte de empleados en vehículo propio o transporte público.**

Empleado	Distancia en Km entre casa y trabajo	# de Pasajeros	Kg de CO <sup>2</sup> equivalente
1			$=((\text{ }) \times 2) * (\text{ }) * 0,18$
2			$=((\text{ }) \times 2) * (\text{ }) * 0,18$
3			$=((\text{ }) \times 2) * (\text{ }) * 0,18$
4			$=((\text{ }) \times 2) * (\text{ }) * 0,18$
5			$=((\text{ }) \times 2) * (\text{ }) * 0,18$
6...			$=((\text{ }) \times 2) * (\text{ }) * 0,18$
TOTAL DE Kg de CO <sup>2</sup>			=SUMA ( )

Fuente: Elaboración propia, 2020.

También se debe considerar la generación de Kg de CO<sup>2</sup> que genera la utilización de corriente eléctrica, por eso en la siguiente tabla 15 se debe completar el dato del consumo total mensual eléctrico, es el mismo del indicador de la primera sección de consumo energético Consumo KW/H 2019 de la tabla 8. Este número se multiplica por 0,41 que es la relación de Kilogramo de CO<sup>2</sup> por cada kilowatt/hora de electricidad consumido.

**Tabla 15: Generación de Kg de CO2 equivalente al consumo de KW/H.**

KW/H consumida	Kg de CO <sup>2</sup> equivalente
	=() x 0,41

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En último lugar se muestra la tabla 16 que determina los Kg de CO<sup>2</sup> de la flotilla de transporte que se subcontrata para la distribución de la mercadería, estos funcionan de manera diaria por lo tanto se deben recolectar los Km conducidos por una semana para promediar el dato. La tabla 15 se completa con los kilómetros recorridos por el camión repartidor y se multiplica por cada camión y después por 0,25 que es la relación entre Kg de CO<sup>2</sup> por Km recorrido en camión.

**Tabla 16: Generación de CO2 en flotilla de transporte.**

Día	Km recorridos	Cantidad de camiones	Kg de CO <sup>2</sup> equivalente
Lunes			=()*()*0,25
Martes			=()*()*0,25
Miércoles			=()*()*0,25
Jueves			=()*()*0,25
Viernes			=()*()*0,25
TOTAL DE Kg de CO <sup>2</sup>			=SUMA ()

Fuente: Elaboración propia, 2020.

## Propuesta de Acciones

1. Reducir la cantidad de kilómetros desplazados semanalmente por colaborador, implementando el teletrabajo dos veces por semana.
2. Realizar *carpooling* entre compañeros que vivan en zonas cercanas.
3. Reducir la movilidad de transporte de mercancías, disminuyendo los días que se reparte mercadería de cinco a tres.

## Trampa de grasa

Durante la entrevista de este proyecto se detecta que la trampa de grasa de la soda de la compañía se taquea semanalmente, por lo tanto se debe revisar que este en buenas condiciones, que tenga la capacidad instalada para la demanda que requiere y que la grasa no se esté filtrando y yéndose por la tubería.

**Tabla 17: Datos del indicador desecho de grasa.**

Indicadores	Objetivo	Consumo 2019
Grasa	Manejo	

Fuente: Elaboración Propia, 2020.

## Propuesta de Acciones

1. Contratar una empresa que vaya al sitio y asesore a la compañía si se necesita una trampa de grasa de mayor cubicaje para la cantidad de desechos que se generan. Lo normal es que la limpieza de la trampa se realice de manera semanal.
2. Reducir la cantidad de desechos que se van por la tubería, raspar los platos antes de lavarlos, no permitir que la grasa y aceite de la freidora fluya por los desagües.

## **Propuesta Social**

La parte social no se queda atrás en la importancia de una estrategia de triple utilidad, en este proyecto se realiza la recolección de información por medio de la aplicación de dos herramientas, una encuesta realizada a la población total de colaboradores de la empresa Bticino Costa Rica y una entrevista aplicada a dos colaboradores con mucho conocimiento sobre el tema.

En la información que se logra conseguir es muy valioso el aporte de los colaboradores con respecto a las acciones sociales que consideran con mayor importancia, existen dos tipos de propuestas en la parte social primero la interna que son las prácticas que involucran a los empleados de la compañía, y en segundo lugar las propuestas externas que son clientes, proveedores, la comunidad donde se encuentra la empresa, etc.

### **Propuesta Social Interna**

En el desarrollo de este apartado se va a estudiar la población de trabajadores y sus condiciones de vida, para plantear una estrategia que otorgue alguna clase de ayuda económica, psicológica, educativa o profesional. Donde el colaborar que aplique obtenga alguna ayuda y se identifique más con la compañía. Algunos ejemplos de ayudas que se pueden brindar son;

#### **Ayuda a los más necesitados**

Para esta acción se requiere que recursos humanos estudie los diez expedientes de los colaboradores con los salarios más bajos y actualice a cuantas personas tiene responsabilidad de mantener con ese ingreso. De esta manera se puede determinar a quienes ayudar económicamente.

Para realizar estas prácticas la empresa puede tomarlo de su presupuesto de recursos humanos, o puede crear una campaña solidaria en donde los

empleados sean los que donen voluntariamente de manera mensual alguna ayuda para realizar la acción. Por ejemplo si 50 colaboradores donan 5000 colones mensuales se recauda 250,000 colones para comprar diarios para los compañeros que lo necesitan.

## Propuesta de Acciones

1. Se da un subsidio de un diario mensual de 50 mil colones a los 10 colaboradores que mantengan a más personas por cada 250mil colones.

2. Se logra mantener el beneficio del bono escolar anual. El cual corresponde a un subsidio que la empresa brinda por cada hijo al inicio de año para compra de útiles y uniformes. Aplica entre las edades de 4 a 17 años y el desglose según el nivel de escolaridad es:

**Tabla 18: Monto de beneficio escolar según escolaridad.**

<b>Escolaridad</b>	<b>Monto</b>
Kinder	\$65.00
Primaria	\$95.00
Secundaria	\$135.00

Fuente: Bticino Costa Rica, 2020.

El monto se liquida presentando las facturas electrónicas a nombre de la empresa de los gastos escolares con el monto que corresponde según la escolaridad del hijo o hijos.

## **Crear planes de desarrollo**

Esta propuesta se logra dándole la oportunidad a los colaboradores de estudiar algún tipo de carrera universitaria, o algún técnico. El departamento de recursos humanos debe brindar el dato de todos los expedientes de colaboradores que no tienen ningún estudio cursado.

También se realiza un plan de desarrollo con cada colaborador y por medio de la asociación se le puede financiar los estudios universitarios, y se rebaja de su pago mensual. Siempre y cuando el colaborador tenga más de dos años de laborar para la empresa puede contar con este beneficio.

## **Propuesta de Acciones**

1. El departamento de recursos humanos debe revisar e indicar cuales colaboradores no tienen ninguna carrera universitaria o técnico profesional cursado. Se puede ofrecer la facilidad de cursar una carrera técnica afín al puesto de trabajo financiada al 50% de beca por la empresa a dos colaboradores. Por medio el presupuesto de recursos humanos.

Esta facilidad está ligada a un compromiso laboral con la compañía por un tiempo determinado que será de dos veces el tiempo de estudio, ósea si dura un año estudiando debe laborar dos años más después de haber concluido el estudio, en caso contrario debe cancelar el monto con el que se le beca.

2. Crear un plan de desarrollo con los trabajadores profesionales, facilitar por medio de la asociación de la empresa el financiamiento para continuar con alguna carrera afín, o maestría, doctorado, etc. Si un colaborador con más de dos años de laborar para la compañía quiere estudiar una licenciatura, maestría, doctorado, la asociación le puede financiar el monto del estudio durante el cuatrimestre o semestre que lo curse sin intereses, solo rebajando el monto del pago quincenal.



## **Propuesta Social Externa**

En este apartado se estudian las acciones sociales que se realizan con entes externos a la compañía pero que tienen relación con ella como clientes, proveedores, comunidad. Se detallan en lugar de importancia según los datos obtenidos en la encuesta.

### **Donaciones a la comunidad**

Esta práctica social externa es muy común en las organizaciones, las cuales se organizan con el personal interno para trabajar fuera de horario laboral y donarle algo a la comunidad, en el caso de Bticino sería conversar con la junta de vecinos de Barreal de Heredia y ofrecerles el cambio de la plaquería eléctrica en algún hogar de ancianos, empresa sin fin de lucro, iglesia de la comunidad, con el fin de que los mismos colaboradores de la empresa sean los que realicen el cambio de esta.

Se conversa con la junta directiva de la comunidad para detectar alguna prioridad de ayuda en la comunidad, lo ideal es concretar un proyecto por semestre, debe ser una necesidad eléctrica que es lo que la empresa distribuye. Será coordinado para realizarse un sábado por los empleados que voluntariamente deseen ayudar con la mano de obra, y el material lo pondrá la empresa como donación.

Algunos ejemplos de las prácticas que se pueden realizar son: cambio de la plaquería eléctrica, actualización de la instalación eléctrica, pintado del lugar, instalación de red de telecomunicaciones, instalación de sistema de audio.

### **Capacitación a la comunidad**

Se organiza con la junta de vecinos el préstamo del salón comunal de la localidad los primeros sábados de cada mes para realizar una capacitación presencial para los vecinos interesados, la invitación se extiende por volantes

que se reparten y pegan por la comunidad con el fin de que por lo menos veinte personas hombres o mujeres confirmen asistencia, se brinda un refrigerio y por dos horas se capacita a los vecinos sobre electricidad básica.

La misma se pasa por las redes sociales de la comunidad, se pegan los volantes de la imagen 45 en pizarras informativas de la iglesia, escuela, parques; de manera que la gente que se informe sea la de Barreal de Heredia y alrededores.

**Figura 45: Invitación a capacitación.**



Fuente: Elaboración Propia, 2020.

## Planes de contratación de vecinos

Se plantea que cuando se inicie un proceso de capacitación de personal, se tome en cuenta durante el concurso y se les dé prioridad a los vecinos, más si el capacitador ha tenido contacto con este durante las charlas y al interactuar con la persona ve potencial.

La idea consiste es conocer a los vecinos por medio de la interacción con ellos en las capacitaciones. Si alguno tiene un perfil interesante el capacitador puede pasar la información al departamento de recursos humanos. De igual manera cuando haya un puesto vacante en ese tiempo de las capacitaciones el capacitador puede hacer el comercial por si algún asistente está interesado en participar en el proceso.

El objetivo de esta práctica es crear una relación con la comunidad y poder aportar un poco a nivel social. En Bticino se maneja una lista de electricistas certificados que se recomiendan a clientes para trabajos por fuera, entonces se puede añadir un vecino a la lista que se certifique y desee trabajar con la empresa.

## Cronograma de la implementación

En este apartado del trabajo se muestra el cronograma de implementación de la estrategia de triple utilidad, la misma se divide en tareas primeramente medioambientales a realizarse y luego sociales, el cronograma se trabaja en excel e indica los tiempos y responsables de la ejecución. Primero se presenta la tabla de prácticas a realizarse con sus acciones, después se presenta la figura del cronograma.

**Tabla 19: Prácticas a realizarse.**

Prácticas Medioambientales	ACCIONES
<b>Buscar recibos de electricidad 2019</b>	
	Completar tabla 9
<b>Levantamiento de bombillos a cambiar</b>	
	Cambio de bombillos

	Completar tabla 10
<b>Levantamiento de sensores a cambiar</b>	
	Cambio de sensores
	Completar tabla 11
<b>Colocarle timmers a los A/C</b>	
<b>Buscar recibos de agua 2019</b>	
	Completar tabla 12
<b>Contabilizar lavatorios</b>	
	Cambiar a grifería con temporizador
<b>Campaña virtual ¡Bticino reduce su huella hídrica!</b>	4 Sem
<b>Colocar volantes en salidas de agua</b>	
<b>Averiguar peso de residuos en el contenedor</b>	
	Completar tabla 13
<b>Capacitaciones Reciclaje</b>	4 Sem
<b>Reubicar basureros</b>	
<b>Rotular basureros</b>	
<b>Intercambio de reciclaje por Ecoins</b>	
<b>colocar 4 dispensadores de agua</b>	
<b>Medir huella de carbono de los colaboradores</b>	
	Completar tabla 14
<b>Determinar huella de carbono de la electricidad</b>	
	Completar tabla 15
<b>Medir huella de carbono de camiones repartidores</b>	
	Completar tabla 16
<b>Implementar 2 días de teletrabajo</b>	
<b>Implementar “Carpooling”</b>	
<b>Disminuir el despacho de 5 a 3 días</b>	
<b>Medir consumo de trampa de grasa</b>	
	Completar tabla 17
<b>Contratar empresa que limpie trampa de grasa</b>	
<b>Prácticas Sociales</b>	<b>ACCIONES</b>
<b>Identificar quienes aplican para subsidio alimenticio</b>	
	Revisar expedientes con RRHH
<b>Identificar quienes no poseen estudios</b>	
<b>Plantear las 2 becas</b>	
<b>Identificar quienes quieren estudiar</b>	
<b>Hablar con la asociación</b>	
<b>Reunirse con asociación de vecinos</b>	
<b>Determinar cuál trabajo se puede donar</b>	
<b>Realizar trabajo comunal semestral</b>	
<b>Invitar a la capacitación volanteo</b>	
<b>Capacitar a la comunidad</b>	Mensual

Fuente: Elaboración Propia, 2020.

A continuación se presenta la tabla veinte donde se muestra la información del cronograma para las prácticas medioambientales las cuales se estiman se realicen en seis meses por un recursos o responsable y sus respectivos subcontratos después de iniciada la implementación, para efectos del trabajo se utiliza como fecha de comienzo el primero de febrero del 2021.

**Tabla 20: Prácticas Medioambientales.**

<b>Actividades</b>	
<b>Prácticas Medioambientales</b>	<b>Responsable</b>
Buscar recibos eléctricos del año anterior	Recurso 1
Completar tabla 9	Recurso 1
Levantamiento de bombillos a cambiar	Recurso 1
Completar tabla 10	Recurso 1
Cambio de bombillos	Subcontrato 1
Levantamiento de sensores a cambiar	Recurso 1
Completar tabla 11	Recurso 1
Cambio de sensores	Subcontrato 1
Cotizar colocación de timmers	Recurso 1
Colocarle timmers a los A/C	Subcontrato 2
Buscar recibos de agua del año anterior	Recurso 1
Completar tabla 12	Recurso 1
Contabilizar lavatorios	Recurso 1
Comprar grifería temporizada	Recurso 1
Reubicar basureros	Subcontrato 1
Rotular basureros	Subcontrato 2
Instalar grifería con temporizadores	Subcontrato 1
Campaña Virtual "Bticino reduce su huella hídrica"	Recurso 1
Capacitación reciclaje	Capacitador 1
Averiguar peso de residuos en el contenedor	Recurso 1
Completar tabla 13	Recurso 1
Instalar dispensadores de agua	Subcontrato 1
Intercambio de reciclaje por Ecoins	Recurso 1
Medir huella de carbono de colaboradores	Recurso 1
Completar tabla 14	Recurso 1
Determinar huella de carbono de la electricidad	Recurso 1
Completar tabla 15	Recurso 1
Medir huella de carbono de camiones repartidores	Recurso 1, Gte CEDI
Completar tabla 16	Recurso 1
Implementar teletrabajo	Recurso 1
Revisar direcciones de colaboradores	RRHH
Implementar carpooling	Recurso 1
Disminuir el despacho de 5 a 3 días	Recurso 1, Gte CEDI

<b>Medir el consumo de trampa de grasa</b>	Recurso 1
<b>Completar tabla 17</b>	Recurso 2
<b>Contratar empresa que limpie trampa de grasa</b>	Recurso 3

Fuente: Elaboración propia, 2020.

A continuación se presenta la figura cuarenta y seis el cronograma para las prácticas medioambientales que se trabajan en un plazo de seis meses.

**Figura 46: Cronograma de prácticas medioambientales.**

Actividades		feb-21				mar-21				abr-21				may-21				jun-21				jul-21			
<b>Prácticas Medioambientales</b>	<b>Responsable</b>	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buscar recibos eléctricos del año anterior	Recurso 1	■																							
Completar tabla 9	Recurso 1		■																						
Levantamiento de bombillos a cambiar	Recurso 1			■																					
Completar tabla 10	Recurso 1				■																				
Cambio de bombillos	Subcontrato 1					■	■																		
Levantamiento de sensores a cambiar	Recurso 1					■																			
Completar tabla 11	Recurso 1						■																		
Cambio de sensores	Subcontrato 1							■	■																
Cotizar colocación de timmers	Recurso 1							■																	
Colocarle timmers a los A/C	Subcontrato 2								■	■															
Buscar recibos de agua del año anterior	Recurso 1								■																
Completar tabla 12	Recurso 1								■																
Contabilizar lavatorios	Recurso 1									■															
Comprar grifería temporizada	Recurso 1										■														
Reubicar basureros	Subcontrato 1										■														
Rotular basureros	Subcontrato 2										■														
Instalar grifería con temporizadores	Subcontrato 1											■	■												
Campaña Virtual "Bticino reduce su huella hídrica"	Recurso 1		■				■							■											
Capacitación reciclaje	Capacitador 1	■	■	■	■																				
Averiguar peso de residuos en el contenedor	Recurso 1										■														
Completar tabla 13	Recurso 1											■													
Instalar dispensadores de agua	Subcontrato 1												■	■											
Intercambio de reciclaje por Ecoins	Recurso 1													■											
Medir huella de carbono de colaboradores	Recurso 1														■										
Completar tabla 14	Recurso 1															■									
Determinar huella de carbono de la electricidad	Recurso 1																■								
Completar tabla 15	Recurso 1																	■							
Medir huella de carbono de camiones repartidores	Recurso 1, Gte CEDI																		■	■					
Completar tabla 16	Recurso 1																			■					
Implementar teletrabajo	Recurso 1																				■				
Revisar direcciones de colaboradores	RRHH																				■	■			
Implementar carpooling	Recurso 1																					■			
Disminuir el despacho de 5 a 3 días	Recurso 1, Gte CEDI																						■		
Medir el consumo de trampa de grasa	Recurso 1																						■		
Completar tabla 17	Recurso 2																							■	
Contratar empresa que limpie trampa de grasa	Recurso 3																							■	

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En esta parte se muestra la figura cuarenta y siete con las tareas sociales a realizarse para alimentar el cronograma con sus respectivos tiempos y responsables.

**Figura 47: Prácticas Sociales.**

Prácticas Sociales	Responsable
Identificar quienes aplican para subsidio alimenticio	RRHH
Revisar Expedientes RRHH	RRHH
Identificar quienes no poseen estudios	Recurso 1
Plantear las 2 becas a quienes no tienen estudios	Recurso 1
Identificar quienes quieran estudiar	Recurso 1
Negociar préstamo con la asociación	Recurso 1
Reunirse con asociación de vecinos	Recurso 1
Determinar cuál trabajo comunal se puede donar	Recurso 1
Realizar trabajo comunal	Colaboradores
Volanteo para invitar a la capacitación	Subcontrato 1
Capacitar a la comunidad	Capacitador 1

Fuente: Elaboración propia, 2020.

A continuación se presenta la figura cuarenta y ocho donde se muestra el cronograma de las prácticas sociales a realizarse en la propuesta de implementación, se toma como referencia un lapso de cinco meses para realizarlas a partir de la fecha que se inicie la implementación, en este caso a modo de ejemplo se coloca de fecha inicial primero de febrero del 2021.

**Figura 48: Cronograma de prácticas sociales.**

Actividades		feb-21				mar-21				abr-21				may-21				jun-21				jul-21			
Prácticas Sociales	Responsable	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Identificar quienes aplican para subsidio alimenticio	RRHH	■																							
Revisar Expedientes RRHH	RRHH	■	■	■																					
Identificar quienes no poseen estudios	Recurso 1			■	■																				
Plantear las 2 becas a quienes no tienen estudios	Recurso 1				■	■	■																		
Identificar quienes quieran estudiar	Recurso 1							■	■																
Negociar préstamo con la asociación	Recurso 1								■	■	■														
Reunirse con asociación de vecinos	Recurso 1										■	■	■												
Determinar cual trabajo comunal se puede donar	Recurso 1												■	■	■										
Realizar trabajo comunal	Colaboradores																							■	
Volanteo para invitar a la capacitación	Subcontrato 1	■							■				■	■	■										
Capacitar a la comunidad	Capacitador 1	■				■				■				■				■							

Fuente: Elaboración propia, 2020.

## Responsables de la implementación

En este apartado del trabajo se muestran los responsables de realizar la implementación de la propuesta realizada, como se observa en las figuras anteriores el diagrama de gantt cada tarea está asignada a llevarse a cabo por un responsable o recurso en un tiempo específico determinado para lograr la implementación en los ciento ocho días.

El primer y más importante recurso es el encargado de la implementación, que es el responsable de leer y realizar paso a paso las acciones que se solicitan, es nombrado en el diagrama de gantt como recurso uno. Y debe encargarse de reclutar y subcontratar a los demás responsables que se piden en las acciones, tiene que estar los ciento ocho días que dura la implementación de tiempo completo laborando en esto porque lleva varias tareas de manera simultánea para no incurrir en más recursos adicionales que encarezcan el proyecto.

En la ejecución del proyecto se necesita un subcontrato uno, que puede ser un peón que realice las tareas físicas que se solicitan, está proyectado de manera que cuando termine con una tarea comience con otra labor. Esta persona debe realizar el cambio de bombillos, instalar los sensores de movimiento, instalar la grifería con temporizador, reubicar los basureros, instalar los cuatro dispensadores de agua, repartir y pegar volantes de invitación a capacitación en la comunidad.

También se requiere de un segundo subcontrato que se encargue de instalar los sensores de ajuste de los aires acondicionados, se debe cotizar con la empresa que le brinda el servicio de mantenimiento de aires acondicionados actualmente a la empresa, y dos empresas más para comparar el precio y negociar el mejor postor.

Se necesita a una persona llamada capacitador, que se debe encargar de llevar a cabo las capacitaciones tanto internas de reciclaje a los empleados los cuatro vienes del primer mes, como externas una mensual durante cuatro meses



los primeros sábado de cada mes en el salón comunal de electricidad básica a los vecinos. Como apoyo del recurso uno se necesita la ayuda del gerente de almacén para la coordinación de toda la información de camiones de despacho y rutas.

Para las acciones sociales el recurso uno necesita el apoyo de algún representante del departamento de recursos humanos que le ayude con información de expedientes, análisis de los empleados, organización de los colaboradores con el teletrabajo y para compartir carro de transporte al trabajo (Carpooling).

## **Presupuesto**

En este apartado se muestra el presupuesto aproximado que se necesita para llevar a cabo este proyecto, primero los salarios del personal requerido para poner en marcha el proyecto y sus respectivas cargas sociales, también se cotizan los subcontratos que son necesarios para realizar los trabajos respectivos, pero también se considera el costo del salario calculado en horas de los colaboradores de la compañía que dediquen tiempo al proyecto para alguna acción en específico, por ejemplo el gerente del centro de distribución (CEDI), el capacitador interno y externo, y el funcionario de recursos humanos (RRHH) que colabore en el proyecto.

Además se cotizan todos los insumos que se necesitan para poner en marcha la implementación, las cotizaciones se adjuntan en anexos del trabajo, la cantidad de insumos puede variar por lo tanto en el presupuesto se muestra en amarillo los números que pueden cambiarse cuando se realice el levantamiento real del proyecto.

Según los cálculos realizados, para implementar este proyecto de triple utilidad en la empresa se requiere de un presupuesto de 12.000.000 de colones aproximadamente.

**Tabla 21: Presupuesto de Implementación.**

Acciones	Presupuesto							
	Días	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
<b>Personal</b>								
Salario Recurso 1	162 días	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	300.000	2.800.000
Carga Social	162 días	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	150.000	1.400.000
Subcontrato 1 (20.000 colones el día)	20 días							-
Cambio de bombillos	3	60.000						60.000
Cambio de sensores	4	80.000						80.000
Instalación de grifería	5	100.000						100.000
Reubidar basureros	2		40.000					40.000
Instalación de dispensadores de agua	5		100.000					100.000
Volanteo	1	20.000						20.000
Subcontrato 2: Saire	10 días							-
Visita inicial	1	25.000						25.000
Colocación de Timmers en minisplit (\$300 por equipo)	4		600.000					600.000
Capacitador	8 días	133.333						133.333
Gerente de Almacén	11 días	466.667		266.667				733.333
Representante de RRHH	20 días	600.000		66.667				666.667
<b>Insumos</b>	<b>Unds</b>							
Compra de bombillos (EPA)	60	-	134.850					134.850
Compra de Sensores (Bticino)	35	-	2.186.065					2.186.065
Compra de grifería (Construplaza)	15	-	375.000					375.000
Compra de dispensadores de agua (Gollo Tienda)	4		280.000					280.000
Impresión de Volantes (Office Depot)	500	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000		75.000
Refrigerio Capacitación 64 Empleados (4 viernes)	4 días	640.000						640.000
Empresa de trampa de grasa (Asesoría)	1						50.000	50.000
Entrega de subsidio alimenticio	10	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000		500.000
Plantear las 2 becas (Cotizar INA)	2							1.000.000
Donación de trabajo comunal (1 Semestre)	1						500.000	500.000
Refrigerio Capacitación a la comunidad (30 vecinos)	Mensual	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000		375.000
<b>TOTAL</b>		<b>3.065.000</b>	<b>4.655.915</b>	<b>1.273.333</b>	<b>940.000</b>	<b>940.000</b>		<b>12.874.248</b>

Fuente: Elaboración propia, 2020.

## Métricas

Una vez concluido el cronograma de la implementación del proyecto de triple utilidad, se debe efectuar una revisión para saber si la propuesta es exitosa. En la siguiente figura se visualizan las variables que se deben medir para obtener el éxito del proyecto, no solo se deben considerar las variables tradicionales costo, tiempo y alcance.

Sino también se debe tomar en cuenta el cumplimiento de los objetivos planteados, la sostenibilidad; que se refiere a que tan duradera en el tiempo es el proyecto; cómo se puede sostener a través del tiempo, y por último la relevancia; que se refiere a que si los usuarios finales están haciendo uso del resultado del proyecto (proagilist.es, 2020).

**Figura 49: Variables para medir el éxito de un proyecto.**



Fuente: proagilist.es, 2020.

Revisar el cumplimiento de los objetivos de implementación indicados en el inicio de este capítulo puede determinar si son alcanzados. El objetivo general y los objetivos específicos son los indicadores que pueden medir el éxito del proyecto.

En segundo lugar y no menos importante a revisar debe ser el tiempo de la implementación de la propuesta, ya que si se extiende presenta un aumento en el presupuesto que se le reserva inicialmente, o en el peor de los casos no hay más presupuesto destinado y la implementación no se logra concluir y queda incompleta.

Otra métrica que se debe considerar es no incurrir en recursos adicionales a los que se toman en cuenta para efectuar la implementación de triple utilidad, porque esto también se traduce en aumento de presupuesto. Debe revisarse durante la gestión que los recursos estén finalizando sus tareas en el tiempo esperado. Y al finalizar la implementación de la sostenibilidad es importante conocer la opinión de los usuarios en este caso la empresa Bticino Costa Rica, para determinar si hacen uso del resultado del proyecto como se esperaba.

## Consideraciones Generales

1. Esta propuesta está lista para realizarse en el momento que la dirección de la compañía así lo disponga, lo único que debe suceder es que se autorice el presupuesto para comenzar la implementación.

2. Contratar a la persona que está a cargo de la puesta en marcha (recurso 1) durante los siguientes seis meses.

3. La persona encargada de la implementación deber usar el proyecto como una guía para conseguir los pasos que se le solicitan en el tiempo establecido, porque cualquier atraso genera que se alteren los tiempos de las demás acciones.

4. El recurso uno debe actualizar las cotizaciones presentadas y coordinar las fechas de ejecución de los subcontratos.

5. La propuesta es válida por el siguiente año, después de ese tiempo debe actualizarse la información, cotizaciones, y puede variar el presupuesto calculado.

## **Bibliografía**

- Abascal, E., & Grande Esteban, I. (2005). *Análisis de encuestas*. Google Books. <https://books.google.com/books?id=qFczOOiwRSgC&pg=PA14&dq=la+encuesta+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7jJK1pb7cAhWJVN8KH Y6gASsQ6AEINDAC#v=onepage&q=la%20encuesta%20definicion&f=false>
- Acevedo Ibáñez, A., & Lopez Martín, A. F. (2004). *El proceso de la entrevista*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=V-Wi4\\_aHmKAC&pg=PA5&dq=definicion+de+entrevista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjnrqeXm5\\_cAhXQo1kKHQW0B5IQ6AEIPzAF#v=onepage&q=definicion%20de%20entrevista&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=V-Wi4_aHmKAC&pg=PA5&dq=definicion+de+entrevista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjnrqeXm5_cAhXQo1kKHQW0B5IQ6AEIPzAF#v=onepage&q=definicion%20de%20entrevista&f=false)
- ADIME. (2014). ASOCIACIÓN. <https://adimecr.com/adime/>
- Almacén Mauro. (2020, May 7). *QUIÉNES SOMOS*. Mauro en línea. <https://www.mauroenlinea.com/quienes-somos-2/>
- Alvira Martín, F. (2011). *La encuesta: Una perspectiva general metodológica*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=Gbz5JOLoDEC&printsec=frontcover&dq=encuesta&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwin-ozLIZ\\_cAhXSxFkKHexEDrMQ6AEIJTAA#v=onepage&q=encuesta&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=Gbz5JOLoDEC&printsec=frontcover&dq=encuesta&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwin-ozLIZ_cAhXSxFkKHexEDrMQ6AEIJTAA#v=onepage&q=encuesta&f=false)
- Amat, O., & Campa, F. (2017, August 19). *Master en Contabilidad*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=YaY7DwAAQBAJ&pg=PT49&dq=triple+resultado&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi73p-uzvDbAhW0slkKHfIDBJsQ6AEIMjAC#v=onepage&q=triple%20resultado&f=false>
- Arroyo, G., & Suárez, A. (2000). *Responsabilidad social corporativa: Experiencias en sectores de la industria en Chile*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=GY8BCgAAQBAJ&pg=PT286&dq=>

[AHORRO+DE+AGUA+CORPORATIVA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi5nuu3\\_e3qAhWuUt8KHUksCrcQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=AHORRO%20DE%20AGUA%20CORPORATIVA&f=false](https://www.google.com/search?q=AHORRO+DE+AGUA+CORPORATIVA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi5nuu3_e3qAhWuUt8KHUksCrcQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=AHORRO%20DE%20AGUA%20CORPORATIVA&f=false)

Distribuidora ARSA. (2020). *Nuestra Historia*. Disarsa. <https://www.disarsa.com/quienes-somos/>

Auto Mercado. (2020). *AGUA SIN GAS NATURAL CRISTAL botella 18900 mL*. Auto Mercado. <https://automercado.cr/shop/502088>

Avila Baray, H. L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=r93TK4EykfUC&pg=PA66&dq=investigacion+factorial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjusLvezZicAhXOq1kKHRkXCZIQ6AEIPTAE#v=onepage&q=investigacion%20factorial&f=false>

Ávila, J. J. (2003). *Economía*. Google Books. [https://books.google.com/books?id=0KksqC7ymJcC&printsec=frontcover&dq=economia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiHjK\\_E3-PbAhWrwFkKHXFED1IQ6AEILDAB#v=onepage&q=economia&f=false](https://books.google.com/books?id=0KksqC7ymJcC&printsec=frontcover&dq=economia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiHjK_E3-PbAhWrwFkKHXFED1IQ6AEILDAB#v=onepage&q=economia&f=false)

Barajas, A. (2008). *Finanzas para no financistas*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=JmC1zekAM7oC&pg=PA117&dq=utilidad+en+la+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwib5r2FyPDbAhVlqlkKHeZYCksQ6AEIOjAD#v=onepage&q=utilidad%20en%20la%20empresa&f=false>

Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=h4X\\_eFai59oC&dq=metodo+de+investigacion+deductivo&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.cr/books?id=h4X_eFai59oC&dq=metodo+de+investigacion+deductivo&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

Bisquerra Alzina, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=VSb4\\_cVukkcC&pg=PA145&dq=mu](https://books.google.co.cr/books?id=VSb4_cVukkcC&pg=PA145&dq=mu)

[estreo+probabilistico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjzqJCvyKHcAhWowFkKHcjxB-wQ6AEIUjAl#v=onepage&q=muestreo%20probabilistico&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=jPTppKDvlv8C&printsec=frontcover&dq=finanzas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjzqJCvyKHcAhWowFkKHcjxB-wQ6AEIUjAl#v=onepage&q=muestreo%20probabilistico&f=false)

Bodie, Z., & Merton, R. C. (2004). *Finanzas*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=jPTppKDvlv8C&printsec=frontcover&dq=finanzas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjclv-a8e3bAhXHqIMKHedBdwQ6AEIJTAA#v=onepage&q=finanzas&f=false>

*Bticino - Tegui | Porteralia*. (2017, July 19). El mundo de los Videoporteros. Porteralia. <https://porteralia.com/bticino-tegui/>

Bticino. (2016, July 28). *The specialist for the electric and digital infrastructures*. Bticino International. <https://www.bticino.com/about-us/>

Bticino Costa Rica y Regionales. (2020). *Bienvenido al Sitio de Costa Rica y Regionales*. Dialeg. [www.sharepoint-one.dialeg.com/sites/dsi/costa\\_rica/SitePages/Home.aspx](http://www.sharepoint-one.dialeg.com/sites/dsi/costa_rica/SitePages/Home.aspx)

Bticino México. (2020). *CONSTRUYAMOS EL ÉXITO JUNTOS*. Soluciones Integrales para Proyectos Globales. <https://www.bticino.com.mx/uploads/12653849c3b5aadcca6675b32fedf690.pdf>

Bticino. (2020). *Desarrollo sostenible*. Interruptores, mecanismos y soluciones domóticas BTicino. [https://www.bticino.es/novedades/Corporativas\\_news.php?id=3](https://www.bticino.es/novedades/Corporativas_news.php?id=3)

Capris. (2015). *Acerca de*. <https://capris.cr/>. <https://capris.cr/acerca-de/>

Carneiro, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=FpPDPz5\\_Q4gC&pg=PA17&dq=gestion+social+interna&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxz4HTtvDbAhWyslKK](https://books.google.co.cr/books?id=FpPDPz5_Q4gC&pg=PA17&dq=gestion+social+interna&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxz4HTtvDbAhWyslKK)



[HdWQDOwQ6AEIOzAE#v=onepage&q=gestion%20social%20interna&f=false](https://www.ceroco2.org/calculadoras/calculoGEI#v=onepage&q=gestion%20social%20interna&f=false)

CeroCO2. (2020). *Te ayudamos a ser neutro en CO2*. CeroCO2. <https://www.ceroco2.org/calculadoras/calculoGEI>

Cofersa. (2016). *Quienes somos*. Cofersa.com. <https://www.cofersa.cr/empresa>

Construplaza [@construplaza]. (2020). *Información* [página de Facebook]. Facebook. [https://es-la.facebook.com/pg/Construplaza/about/?ref=page\\_internal](https://es-la.facebook.com/pg/Construplaza/about/?ref=page_internal)

Construplaza. (2020). *Grifería para lavatorio con push cromo Ecomatic 0372 Franz Viegener*. Construplaza. <https://www.construplaza.com/Materiales/Ba%C3%B1os/Grifer%C3%ADa/Griferia-para-lavatorio-con-push-cromo-Ecomatic-0372-Franz-Viegener>

Construplaza. (2020). *Grifería para lavatorio con sensor electrónico cromo AquaSense Z6915-XL Zurn*. Construplaza. <https://www.construplaza.com/Materiales/Ba%C3%B1os/Grifer%C3%ADa/Griferia-para-lavatorio-con-sensor-electronico-cromo-AquaSense-Z6915-XL-Zurn>

De Sebastian, L. (2007). *Responsabilidad social de la empresa*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=fHTi5oSIfOcC&pg=PA43&dq=sostenibilidad+empresarial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiF7fioy9\\_qAhUqhOA\\_KHQJEDNEQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=sostenibilidad%20empresarial&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=fHTi5oSIfOcC&pg=PA43&dq=sostenibilidad+empresarial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiF7fioy9_qAhUqhOA_KHQJEDNEQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=sostenibilidad%20empresarial&f=false)

Definición. (2020). *Investigación de Campo*. definicion.mx. <https://definicion.mx/investigacion-campo/>

Del Río Sadornil, D. (2013, October 1). *Diccionario-glosario de Metodología de la investigación social*. Google Books.

<https://books.google.co.cr/books?id=XtIEAgAAQBAJ&pg=PT10&dq=Alfa+de+Cronbach&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiBu5CxjKDcAhVNwIkKHYpTBcYQ6AEITDAI#v=onepage&q=Alfa%20de%20Cronbach&f=false>

Díaz de Rada, V. (2001). *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=kER9q4koSnYC&pg=PA7&dq=cuestionario&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjop7vJ05jcAhWPmlkKHcODC7AQ6AEIRDAG#v=onepage&q=cuestionario&f=false>

DITESA. (2020). *Nosotros*. <https://www.ditesacr.com/>. DITESA. <https://www.ditesacr.com/nosotros/>

Doorman, F. (1991). *La metodología del diagnóstico en el enfoque "investigación adaptativa"*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=LG4qAAAAYAAJ&pg=PA96&dq=Cruce+de+variables&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjav42JtcjAhXExIkKHQGgDW8Q6AEIJjAA#v=onepage&q=Cruce%20de%20variables&f=false>

Eagle Electric. (2019). *Sobre Nosotros*. Eagle Centroamericana. <https://eagle.cr/sobre-eagle/>

Eaton. (2015). *Acerca de Nosotros*. eaton.cr. <https://www.eaton.cr/EatonCAC/NuestraCompania/AcercadeNosotros/index.htm>

Eaton. (2020). *Sobre Nosotros*. eaton.com. <https://www.eaton.com/us/en-us/company/about-us/our-heritage.html>

Edesur. (2019, November 10). *¿Cuánto consume UN Aire acondicionado a menos de 24 °C?*. Edesur. <https://www.edesur.com.ar/novedades/cuanto-consume-un-aire-acondicionado/>

El Eléctrico. (2020). *Sobre Nosotros*. <http://www.electrico.com/>.  
<https://www.electrico.com/sobre-nosotros/>

Eléctrico Ferretero. (2016). *¿Quiénes somos?* <http://electricoferretero.com/>.  
<http://electricoferretero.com/quienessomos/>

Electrobeyco. (2020). *Quiénes Somos*. <https://www.electrobeyco.com/>.  
<https://www.electrobeyco.com/quienes-somos/>

Ena Ventura, B., & Delgado González, S. (2012, June 1). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Google Books.  
[https://books.google.com/books?id=o2So0V6rcEcC&pg=PA26&dq=estrategias+de+triple+resultado+corporativo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjft--IP\\_bAhWLq1QKHSqMAWcQ6AEIOjAD#v=snippet&q=estrategias%20triple%20resultado%20corporativo&f=false](https://books.google.com/books?id=o2So0V6rcEcC&pg=PA26&dq=estrategias+de+triple+resultado+corporativo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjft--IP_bAhWLq1QKHSqMAWcQ6AEIOjAD#v=snippet&q=estrategias%20triple%20resultado%20corporativo&f=false)

EPA. (2015, July 10). *Quiénes somos*. Landing Page.  
<https://www.epa.biz/ve/quienes-somos/>

*Estrategias de negocio*. (2015, August 25). Pymes y Autonomos - Fiscalidad, legalidad, administración y RRHH.  
<https://www.pymesyautonomos.com/estrategia/estrategias-de-negocio>

Facal Fondo, T. (2015). *Guía para elaborar UN proyecto de investigación social*. Google Books.  
<https://books.google.co.cr/books?id=LULUBgAAQBAJ&pg=PA123&dq=dise%C3%B1o+de+la+investigacion+seccional&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiarfmr1vDpAhXIY98KHZM6B184ChDoAQhbMAg#v=onepage&q=seccional&f=false>

Fernández Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión: Evaluación financiera*. Google Books.  
<https://books.google.co.cr/books?id=erlnsjksoLMC&printsec=frontcover&>

[dq=inversion+inicial+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiSq7fzrMjcAhVms1kKHZBkAXMQ6AEIJjAA#v=onepage&q=inversion%20inicial&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA28&dq=fuentes+de+informaci%C3%B3n+primarias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiSq7fzrMjcAhVms1kKHZBkAXMQ6AEIJjAA#v=onepage&q=inversion%20inicial&f=false)

Fernández Nogales, A. (2004). *Investigación Y tecnicas de Mercado*. Google Books.

<https://books.google.co.cr/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA28&dq=fuentes+de+informaci%C3%B3n+primarias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjFr4WvkaDcAhXNuVkkHSz5ADcQ6AEILDAB#v=onepage&q=fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20primarias&f=false>

Finch, J. A., Edward, R. E., & Gilbert, D. R. (1996). *Administración*. Google Books.

<https://books.google.co.cr/books?id=eWOvsi2iY-8C&printsec=frontcover&dq=administracion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz-9-KjeXbAhUpXVkkHVMHBekQ6AEIKzAB#v=onepage&q=administracion&f=false>

Fuentelsaz Gallego, C., Icart Isern, M. T., & Pulpón Segura, A. M. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Google Books.

<https://books.google.co.cr/books?id=5CWKWi3woi8C&pg=PA54&dq=Sujetos+de+investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjfxuKnvKHcAhXlw1kKHcKbDSIQ6AEIJTAA#v=onepage&q=Sujetos%20estudio&f=false>

Fundación Luis Vives. (2009, September). *Empresas Multinacionales y RSE. Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 3.

[https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/3\\_1.pdf#page=193](https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/3_1.pdf#page=193)

Fundación Promoción Social. (2017, October). *GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES*. <https://promocionsocial.org/wp->

[content/uploads/2018/04/Gu%C3%ADa-Buenas-Pr%C3%A1cticas-Ambientales\\_Fundaci%C3%B3n-Promoci%C3%B3n-Social-1.pdf](content/uploads/2018/04/Gu%C3%ADa-Buenas-Pr%C3%A1cticas-Ambientales_Fundaci%C3%B3n-Promoci%C3%B3n-Social-1.pdf)

Galdeano Gómez, E., & Godoy Durán, A. (2014). *Exportaciones y acciones medioambientales*. Google Books.  
<https://books.google.co.cr/books?id=TWRzBAAAQBAJ&pg=PA56&dq=practicas+medioambientales&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj66NSyw-7pAhXKVN8KHZgPAS4Q6AEIJAA#v=onepage&q=practicas%20medioambientales&f=false>

Gil, M. A. (2010, March). *Como Crear Y hacer funcionar Una empresa*. Google Books.  
<https://books.google.com/books?id=k9sSYdxSRp8C&printsec=frontcover&dq=que+es+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiJ2dGY8uPbAhVSqIkKHZrJDAwQ6AEILTAB#v=onepage&q=que%20es%20una%20empresa&f=false>

Gollo Tienda. (2020). *Mastertech dispensador de agua / MTWD1001AW / Frío Y Caliente*. <https://www.gollotienda.com/mastertech-dispensador-de-agua-mtwd1001aw-frio-y-caliente.html>

Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Google Books.  
<https://books.google.co.cr/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA59&dq=Enfoque+cuantitativo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjErJjKIJcAhUQxVvKHT70A9cQ6AEIJTAA#v=onepage&q=Enfoque%20cuantitativo&f=false>

González, O. J., Fontaneda, I., Camino, M. A., & Antón, A. (2010, November). *La Responsabilidad social en las Universidades Españolas 2010*. Google Books.  
[https://books.google.co.cr/books?id=QLIA\\_zxDf38C&pg=PT19&dq=triple+cuenta+de+resultados&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiH7I-olM3bAhVEuFMKHfbPCfIQ6AEIODAD#v=onepage&q=triple%20cuenta%20de%20resultados&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=QLIA_zxDf38C&pg=PT19&dq=triple+cuenta+de+resultados&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiH7I-olM3bAhVEuFMKHfbPCfIQ6AEIODAD#v=onepage&q=triple%20cuenta%20de%20resultados&f=false)

Grande Esteban, I., & Abascal Fernández, E. (2013, December 4). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=ht\\_HBAAAQBAJ&pg=PT109&dq=fuentes+de+informaci%C3%B3n+primarias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiFr4WvkaDcAhXNuVkkHSz5ADcQ6AEIJTAA#v=onepage&q=fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20primarias&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=ht_HBAAAQBAJ&pg=PT109&dq=fuentes+de+informaci%C3%B3n+primarias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiFr4WvkaDcAhXNuVkkHSz5ADcQ6AEIJTAA#v=onepage&q=fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20primarias&f=false)

Grupo Diez. (2018). Acerca. <http://www.gdiez.com/>. <https://www.gdiez.com/>

Grupo ICE. (2020). *Buenas prácticas de eficiencia energética para aire acondicionado industrial*. [https://www.grupoice.com/wps/wcm/connect/c18fa33b-ba88-4549-b3ad-732db315897b/AC+web.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK](https://www.grupoice.com/wps/wcm/connect/c18fa33b-ba88-4549-b3ad-732db315897b/AC+web.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK&CVID=IZQ18IK)

*Guía para integrar la sostenibilidad en las empresas*. (2019, July). ResCA. <https://www.resilientcentralamerica.org/wp-content/uploads/2019/Gu%C3%ADa/ResCA-Gu%C3%ADaSustentabilidadEmpresas-FINAL.pdf>

Guibert, J. M. (2009). *Responsabilidad social Empresarial: Competividad y casos de buenas prácticas en Pymes*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=XZzS5V9fye0C&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social+empresarial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwip\\_6qO4d\\_qAhVhkuAKHQ9bDFEQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20empresarial&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=XZzS5V9fye0C&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social+empresarial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwip_6qO4d_qAhVhkuAKHQ9bDFEQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20empresarial&f=false)

Hall, R. E., & Taylor, J. B. (1992). *Macroeconomía*. Google Books. <https://books.google.com/books?id=0JsMqBvp9G8C&printsec=frontcover&dq=macroeconomia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiji-u5ePbAhWns1kKHfkNDvwQ6AEIJzAA#v=onepage&q=macroeconomia&f=false>

Hax, A., & Majluf, N. (1997). *Estrategias para el liderazgo competitivo*. Google Books.

<https://books.google.co.cr/books?id=Y34l6turglkC&pg=PA183&dq=estrategia+de+negocio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiDrIP-t-7pAhUKJt8KHbqqBlwQ6AEIJjAA#v=onepage&q=estrategia%20de%20negocio&f=false>

Hönerhoff, J. (2004, July 15). *Gestión Ambiental en Empresas*. CEGESTI Desarrollo Sostenible.

<https://www.cegesti.org/agace/download/archivos/Panama/Gestion%20Ambiental%20CEGESTI.pdf>

Hope, J., & Player, S. (2012). *Mejores prácticas de gestión empresarial*. Google Books.

<https://books.google.co.cr/books?id=PIWy1lKaKccC&pg=PT148&dq=sostenibilidad+empresarial+presupuesto&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjMrPKj5OHqAhUOm->

Hrenbiniak, L. (2007). *Asegúrese de que la estrategia funcione: cómo liderar la ejecución y el cambio eficaces*. Google Books.

[https://books.google.co.cr/books?id=YbTQPpS8OZYC&pg=RA1-PT29&dq=el+%C3%A9xito+de+una+estrategia+corporativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_qt2drZjeAhURvFkKHYdeDtoQ6AEIMTAC#v=onepage&q=el%20%C3%A9xito%20de%20una%20estrategia%20corporativa&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=YbTQPpS8OZYC&pg=RA1-PT29&dq=el+%C3%A9xito+de+una+estrategia+corporativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_qt2drZjeAhURvFkKHYdeDtoQ6AEIMTAC#v=onepage&q=el%20%C3%A9xito%20de%20una%20estrategia%20corporativa&f=false)

Hubbell. (2020). *About Hubbell*. Hubbell.com.

<https://www.hubbell.com/hubbell/en/about-hubbell>

Hutado, D., & Instituto Tecnológico Metropolitano. (2008, July). *Principio de Administración*. Google Books.

<https://books.google.com/books?id=1Fp55-1oXv8C&printsec=frontcover&dq=administracion&hl=es&sa=X&ved=0ah>

[UKEwjwppOy\\_uPbAhUHjlkKHUj3CiIQ6AEINDAC#v=onepage&q=admini  
stracion&f=false](https://www.iesacr.com/nosotros)

IESA. (2020). *Historia*. <https://www.iesacr.com/nosotros>

Juárez, M. (1993). *Trabajo social e investigación*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=KamXJdr4wSMC&pg=PA67&dq=dis  
e%C3%B1o+de+estudio+seccional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwil64jM  
pjcAhWCxFkKHdBIB60Q6AEIJTAA#v=onepage&q=seccionales&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=KamXJdr4wSMC&pg=PA67&dq=dis<br/>e%C3%B1o+de+estudio+seccional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwil64jM<br/>pjcAhWCxFkKHdBIB60Q6AEIJTAA#v=onepage&q=seccionales&f=false)

Legrand - Adorne. (2020). Legrand - Inicio. [https://legrand.cr/legrand-nuestra-  
historia.php](https://legrand.cr/legrand-nuestra-<br/>historia.php)

Legrand. (2020). *Desarrollo Sostenible*. [https://www.legrand.com.co/  
https://www.legrand.com.co/acerca-de/compromiso-con-la-  
calidad/desarrollo-sostenible](https://www.legrand.com.co/<br/>https://www.legrand.com.co/acerca-de/compromiso-con-la-<br/>calidad/desarrollo-sostenible)

Leviton. (2019). *Acerca de Leviton*. Leviton.com. <https://www.leviton.com/es/company/acerca-de-leviton>

Línea Verde Torrelavega. (2020). *Introducción a buenas prácticas ambientales*. Ayuntamiento Torrelavega. [https://www.lineaverdetorrelavega.com/lv/guias-buenas-practicas-  
ambientales/introduccion-buenas-practicas-ambientales/que-es-el-  
consumo-responsable.asp](https://www.lineaverdetorrelavega.com/lv/guias-buenas-practicas-<br/>ambientales/introduccion-buenas-practicas-ambientales/que-es-el-<br/>consumo-responsable.asp)

Lopez, F. (2009). *La empresa, explicada de forma sencilla*. Google Books. [https://books.google.com/books?id=8QqIGLF7txsC&printsec=frontcover  
&dq=que+es+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiJ2dGY8uPbA  
hVSqlkKHZrJDAAwQ6AEIJzAA#v=onepage&q=que%20es%20una%20e  
mpresa&f=false](https://books.google.com/books?id=8QqIGLF7txsC&printsec=frontcover<br/>&dq=que+es+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiJ2dGY8uPbA<br/>hVSqlkKHZrJDAAwQ6AEIJzAA#v=onepage&q=que%20es%20una%20e<br/>mpresa&f=false)



- Macedo, B. (2005). *El concepto de sostenibilidad*. UNESCO. <https://tallerdesustentabilidad.ced.cl/wp/wp-content/uploads/2015/04/UNESCO-El-concepto-de-sustentabilidad.pdf>
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=SLmEbIVK2OQC&pg=PA315&dq=definici%C3%B3n+censo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjD2v-iwa\\_pAhVvUN8KHUPgBE4Q6AEIMzAC#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20censo&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=SLmEbIVK2OQC&pg=PA315&dq=definici%C3%B3n+censo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjD2v-iwa_pAhVvUN8KHUPgBE4Q6AEIMzAC#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20censo&f=false)
- Martos Núñez, E. (1986). *Métodos y diseños de investigación en didáctica de la literatura*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=qtHllwE-J4AC&pg=PA162&dq=investigacion+Nomot%C3%A9tica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwji-uaH30JjcAhXswVvkKHYsoBA0Q6AEIJTAA#v=onepage&q=investigacion%20Nomot%C3%A9tica&f=false>
- Maza, D. F. (2002). *Fundamentos de Economía*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=frgLxHZH73wC&printsec=frontcover&dq=economia&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=economia&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=frgLxHZH73wC&printsec=frontcover&dq=economia&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=economia&f=false)
- Mendoza, C. (2004). *Presupuestos para empresas de manufactura*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=aLSEjvLKzD0C&pg=PA225&dq=utilidad+en+la+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwib5r2FyPDbAhVlqIKKHeZYCKsQ6AEIRjAF#v=onepage&q=utilidad&f=false>
- Mining Press. (2015, July 30). *Las 10 fabricantes pioneros de Equipos Eléctricos*. <https://miningpress.com/top-10-mineria-energia-mundial/286196/las-10-fabricantes-pioneros-de-equipos-electricos>

- Moreno Bayardo, M. G. (1987). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. Google Books.  
[https://books.google.co.cr/books?id=9eARu\\_jwbqUC&pg=PA42&dq=metodo+de+investigacion+de+campo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiP94SHqZicAhWpwFkKHU7A7EQ6AEIKjAB#v=onepage&q=metodo%20de%20investigacion%20de%20campo&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=9eARu_jwbqUC&pg=PA42&dq=metodo+de+investigacion+de+campo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiP94SHqZicAhWpwFkKHU7A7EQ6AEIKjAB#v=onepage&q=metodo%20de%20investigacion%20de%20campo&f=false)
- Mujal Rosas, R. M. (2003). *Tecnología eléctrica*. Google Books.  
<https://books.google.co.cr/books?id=tDzDoH5XLeIC&pg=PA34&dq=quien+invento+la+electricidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjIxeS1z5PpAhViZN8KHUTcAW4Q6AEILzAB#v=onepage&q=quien%20invento%20la%20electricidad&f=false>
- Nagui Namakforoosh, M. (2000). *Metodología de la investigación*. Google Books.  
<https://books.google.co.cr/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA89&dq=tipo+de+investigacion+exploratoria&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6nLW8y5jcAhVQqlkKHYTkBjCQ6AEIJTAA#v=onepage&q=tipo%20de%20investigacion%20exploratoria&f=false>
- Navaro, F. (2012, February 17). *Responsabilidad social Corporativa*. Google Books.  
<https://books.google.co.cr/books?id=LyqG6yzMNnsC&printsec=frontcover&dq=Gesti%C3%B3n+social+empresarial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVmO7CqvDbAhUCzlkKHZ5NAkcQ6AEIKjAB#v=onepage&q=Gesti%C3%B3n%20social%20empresarial&f=false>
- Ness, G. D., & Golay, M. V. (1998). *Población y estrategias para el desarrollo nacional sostenible*. Google Books.  
<https://books.google.co.cr/books?id=DHYD5bg3jFYC&pg=PR8&dq=conocimiento+de+la+poblacion+sobre+estrategia+de+sostenibilidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiwvqbm6PeAhVjTt8KHSfRDXMQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>

- NFPA. (2020). *Descripción general de NFPA*. nfpa.org. <https://www.nfpa.org/>
- Nfpa. (2020). *History of the standards development process*. <https://www.nfpa.org/Codes-and-Standards/Standards-development-process/How-the-process-works/History-of-standards-development>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Generación de modelos de negocio*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=NBSaoWaxeRsC&pg=PA8&dq=T%C3%A9cnicas+para+la+generaci%C3%B3n+de+un+negocio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjWmLLz0fDpAhXsYt8KHem6CnAQ6AEIMDAB#v=onepage&q=T%C3%A9cnicas%20para%20la%20generaci%C3%B3n%20de%20un%20negocio&f=false>
- Our work*. (2020, June 26). World Environment Center. <https://www.wec.org/our-work/>
- Paternoster, A. (2009). *Herramientas para medir la sostenibilidad corporativa* [Master's thesis]. [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/13644/PFM\\_Agustin\\_Paternoster.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/13644/PFM_Agustin_Paternoster.pdf)
- Prado, A., Flores, J., Pratt, L., & Ogliastri, E. (2004). *Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica*. INCAE. [https://x.incae.edu/clacds/publicaciones/pdf/904\\_marco\\_logico\\_y\\_conceptual.pdf](https://x.incae.edu/clacds/publicaciones/pdf/904_marco_logico_y_conceptual.pdf)
- Proagilist. (2020, May 18). *¿Como medir el éxito de un proyecto? Depende el enfoque*. <https://proagilist.es/blog/gestion-de-proyectos/prince2/medir-exito-proyecto/>
- Quiñonez, E. (2012). *Responsabilidad ambiental empresarial*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=FzOjDwAAQBAJ&pg=PA108&dq=re>

[ciclaje+empresarial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj9w8yV3LzqAhXrYd8KHS8MCjQQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=reciclaje&f=false](https://www.bticino.cl/responsabilidad_social)

*Responsabilidad social.* (2020). BTicino Chile.

[https://www.bticino.cl/responsabilidad\\_social](https://www.bticino.cl/responsabilidad_social)

Revista Murcia. (2003). La importancia de la gestión ambiental en la empresa. *Murcia en clave ambiental*, 1.

<http://www.murciaenclaveambiental.es/?idRe=24>

Rionda, J. I. (2000). *Microeconomía.* Google Books.

<https://books.google.com/books?id=qxQ95tyI9loC&printsec=frontcover&dq=microeconomia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8o5nw6ePbAhUkwIkKHQFXDHEQ6AEISjAF#v=onepage&q=microeconomia&f=false>

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Administración.* Google Books.

[https://books.google.com/books?id=oVHIFmFi\\_ToC&printsec=frontcover&dq=administracion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjwppOy\\_uPbAhUHjIkKHUj3CilQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com/books?id=oVHIFmFi_ToC&printsec=frontcover&dq=administracion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjwppOy_uPbAhUHjIkKHUj3CilQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false)

Rodríguez, A. (2005). *Como hacer responsabilidad SOCIAL EMPRESARIAL para Le gente.* Google Books.

[https://books.google.co.cr/books?id=NLB2\\_9rdm6AC&pg=PA137&dq=presupuesto+responsabilidad+social+empresarial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiapJWG1sbqAhXhct8KHXAHC98Q6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=presupuesto&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=NLB2_9rdm6AC&pg=PA137&dq=presupuesto+responsabilidad+social+empresarial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiapJWG1sbqAhXhct8KHXAHC98Q6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=presupuesto&f=false)

Rodriguez, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación.* Google Books.

[https://books.google.co.cr/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA30&dq=metodo+de+investigacion+analitico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_yNalo5jCAhUCvIkKHb5BCK8Q6AEIKTAB#v=onepage&q=anal%C3%ADtico&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA30&dq=metodo+de+investigacion+analitico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_yNalo5jCAhUCvIkKHb5BCK8Q6AEIKTAB#v=onepage&q=anal%C3%ADtico&f=false)

Rodriguez, M. J. (2012, November 22). *Igualdad y responsabilidad social empresarial: Los planes de igualdad*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=RbBWDwAAQBAJ&pg=PA24&dq=responsabilidad+social+externa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi3r7LvvfDbAhXDBcAKHZjtDEsQ6AEIKjAB#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20externa&f=false>

Salkind, N. J. (1999). *Métodos de investigación*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=3uIW0vVD63wC&pg=PA125&dq=confiabilidad+y+validez&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiQ7dyvoJ\\_cAhVCnlkKHYNnBEAQ6AEILTAC#v=onepage&q=confiabilidad%20y%20validez&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=3uIW0vVD63wC&pg=PA125&dq=confiabilidad+y+validez&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiQ7dyvoJ_cAhVCnlkKHYNnBEAQ6AEILTAC#v=onepage&q=confiabilidad%20y%20validez&f=false)

SÁNCHEZ, N. (2020). DSpace Home. [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM\\_NSanchez\\_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM_NSanchez_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf)

Schneider Electric. (2020). *Historia de nuestra empresa, marca e innovación*. Schneider Electric Global. <https://www.se.com/es/es/about-us/company-profile/history/schneider-electric-history.jsp>

Stettinius, W., Wood Jr, D. R., Doyle, J. L., & Colley Jr, J. L. (2015, October 16). *Plan de negocio. Como diseñarlo e implementarlo*. Google Books. <https://books.google.com/books?id=BiDjCCC6YDYC&pg=PA129&dq=exito+en+la+puesta+en+marcha+de+una+estrategia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQi6-tqb7cAhVIsIQKHbAWAyAQ6AEIWTAJ#v=onepage&q=exito%20en%20la%20puesta%20en%20marcha%20de%20una%20estrategia&f=false>

Stiglitz, J. E., & Walsh, C. E. (2009). *Microeconomía*. Google Books. <https://books.google.com/books?id=1HWbLACReKUC&printsec=frontcover&dq=microeconomía&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8o5nw6ePbAhUkwIkKHQFXDHEQ6AEILjAB#v=onepage&q&f=false>

The Natural Step. (2020). *The Natural Step*. <https://thenaturalstep.org/>

Tracy, B. (2015). *Gerencia*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=axyMBQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gerencia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOrdumIOXbAhXruFkKHS7XCqMQ6AEIKjAB#v=onepage&q=gerencia&f=false>

Vargas Sabadías, A. (1995). *Estadística descriptiva e inferencial*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=RbaC-wPWqjsC&pg=PA428&dq=estudio+Factorial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiS8fOmnpcAhUxqlkKHenLBA8Q6AEIPDAE#v=onepage&q=estudio%20Factorial&f=false>

Villalobos, C. F. (2017, March 12). *La evolución de la filantropía a la triple utilidad: Caso de Fifco*. El Financiero, Grupo Nación. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/la-evolucion-de-la-filantropia-a-la-triple-utilidad-caso-de-fifco/UIHN5FYNTFCFXHO5OZQ56PFCVE/story/>

Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadístico. Diseño y Aplicaciones*. Google Books. [https://books.google.co.cr/books?id=-\\_gr5l3LbpIC&pg=PA69&dq=muestreo+aleatorio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwimwrbMxqHcAhVOTlkKHUeA5cQ6AEIJTAA#v=onepage&q=muestreo%20aleatorio&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=-_gr5l3LbpIC&pg=PA69&dq=muestreo+aleatorio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwimwrbMxqHcAhVOTlkKHUeA5cQ6AEIJTAA#v=onepage&q=muestreo%20aleatorio&f=false)

Wulf Betancourt, E. (2018). *Responsabilidad social Empresarial*. Google Books. <https://books.google.co.cr/books?id=ymKtDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social+empresarial&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjK7oHA1e7pAhVxh-AKHdMjDclQ6AEIJjAA#v=onepage&q=empresarial%20asume%20la%20responsabilidad%20por%20el%20impacto%20de%20sus%20actividades%20en%20sus%20empleados%20C%20clientes%20la%20comunidad%20y%20el%20medio%20ambiente.&f=false>

# **ANEXOS**

## **Anexo 1: Entrevista**

La presente entrevista tiene el objetivo de recolectar información para una investigación de la Universidad Latina de Costa Rica, referente al funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica. La información suministrada es exclusivamente para efectos académicos y no comerciales. De antemano se le agradece su colaboración.

- 1) Explique qué entiende por sostenibilidad empresarial.**
- 2) ¿Qué entiende por triple utilidad?**
- 3) ¿Por qué quisiera que Bticino sea una empresa de triple utilidad?**
- 4) Señale ejemplos de prácticas amigables con el ambiente que Bticino Costa Rica haya realizado en el pasado.**
- 5) Señale ejemplos de prácticas de ayuda social que Bticino Costa Rica haya realizado en el pasado.**
- 6) Explique de que presupuesto se debería tomar la inversión inicial para el proyecto de sostenibilidad empresarial y por qué razón.**
- 7) Indique ejemplos de prácticas amigables con el ambiente que le gustaría que Bticino Costa Rica pusiera en práctica.**
- 8) Indique ejemplos de prácticas sociales que le gustaría que Bticino Costa Rica pusiera en práctica.**
- 9) ¿Qué beneficios considera que le generaría a la empresa ser triple utilidad?**



## Anexo 2: Cuestionario

El presente cuestionario tiene el objetivo de recolectar información para una investigación de la Universidad Latina de Costa Rica, referente al funcionamiento social y ambiental de la operación de la empresa Bticino Costa Rica. La información suministrada es exclusivamente para efectos académicos y no comerciales. **Favor marcar solo una opción para cada pregunta al menos de que indique lo contrario.** De antemano se le agradece su colaboración.

### 10) ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa Bticino?

- a.  Menos de un año
- b.  De 1 a 5 años
- c.  De 6 a 10 años
- d.  De 11 a 15 años
- e.  Más de 15 años

### 11) ¿Sabe usted que es sostenibilidad empresarial?

- a.  Nunca he escuchado el término.
- b.  No sé qué es, pero si lo he escuchado.
- c.  Si sé, pero nunca he trabajado en una empresa sostenible.
- d.  Si sé que es, he trabajado en empresas que lo aplican.
- e.  Manejo muy claro el termino y sus aplicaciones.

### 12) Evalúe del 1 al 5, siendo el 5 el más importante, el beneficio que considera más importante en una estrategia de triple utilidad.

Elemento	1	2	3	4	5
Económico					
Social					
Medioambiental					

### 13) ¿Conoce alguna empresa en el mundo que sea de triple utilidad?

- a.  Si, mi propia empresa
- b.  Si, una empresa nacional
- c.  Si, una empresa internacional
- d.  He trabajado en una empresa de triple utilidad
- e.  No conozco ninguna empresa

14) Marque con X de las prácticas medioambientales mencionadas cual es la más importante que realiza Bticino Costa Rica. (Marcar solo una opción).

Elemento	Marque
Reciclar	
Reducir	
Reutilizar	
Disminuir emisiones de CO2	
Ahorro energético	
Ahorro de agua	

15) Marque con X de las prácticas sociales mencionadas cual es la más importante que realiza Bticino Costa Rica. (Marcar solo una opción).

Elemento	Marque
Ayuda para estudios de colaboradores.	
Colaboración con los empleados más necesitados.	
Donaciones a la comunidad.	
Capacitación a la comunidad.	
Planes de contratación de vecinos.	

16) Evalúe del 1 al 5, siendo el 5 el más importante, las siguientes prácticas medioambientales.

Elemento	1	2	3	4	5
Reciclar					
Reducir					
Reutilizar					
Disminuir emisiones de CO2					
Ahorro energético					
Ahorro de agua					

**17) ¿Usted como colaborador de la empresa, estaría dispuesto a participar en la realización de labores de bien social?**

- a.  Siempre estoy anuente a colaborar en todo
- b.  Estoy dispuesto a ayudar de vez algunas veces
- c.  Participo cuando pueda
- d.  Prefiero donar dinero y que el trabajo lo hagan otros
- e.  No me gusta participar

**18) Evalúe del 1 al 5, siendo el 5 el más importante, las siguientes prácticas sociales.**

<b>Elemento</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ayuda para estudios de colaboradores.					
Colaboración con los empleados más necesitados.					
Donaciones a la comunidad.					
Capacitación a la comunidad.					
Planes de contratación de vecinos.					

**19) ¿En cuál presupuesto considera que se debería tomar en cuenta el proyecto de sostenibilidad empresarial?**

- a.  Mercadeo
- b.  Ventas
- c.  Recursos Humanos
- d.  Mantenimiento
- e.  Finanzas

**20) ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir para este proyecto?**

- a.  Menos de \$10.000
- b.  Entre \$10.000 y \$20.000
- c.  Entre \$21.000 y \$30.000
- d.  Entre \$31.000 y \$40.000
- e.  Más de \$40.000

**21) Evalúe del 1 al 5, siendo el 5 el más importante, los siguientes beneficios de la sostenibilidad empresarial.**

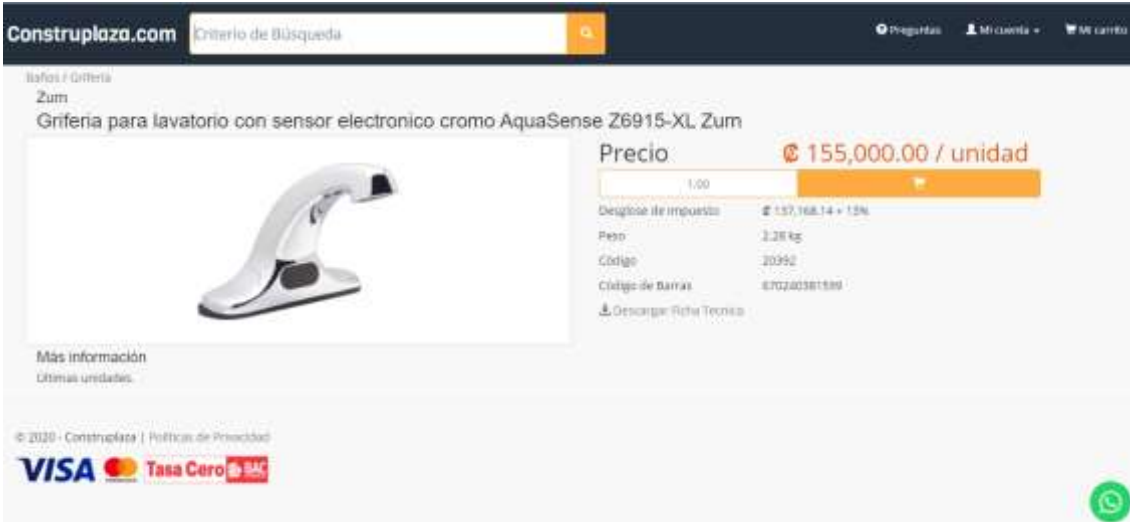
<b>Elemento</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mejora la reputación de la marca.					
Genera operaciones más eficientes.					
Mejora el desempeño financiero.					
Incrementa las ventas y fidelidad del cliente.					
Permite atraer y retener colaboradores de calidad.					
Permite atraer y retener inversionistas y socios de calidad.					
Estimula la competitividad sostenible en los negocios.					

# Anexo 3: Alfa de Cronbach

Item	1	2	3,1	3,2	3,3	7,1	7,2	7,3	7,4	7,5	7,6	8	9,1	9,2	9,3	9,4	9,5	11	12,1	12,2	12,3	12,4	12,5	12,6	12,7	25	Total		
1	2	2	3	4	5	1	4	4	4	4	4	2	1	5	4	5	1	1	4	3	4	3	4	3	4	3	1	88	
2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	91		
3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	3	3	3	1	5	3	4	4	4	4	4	5	96		
4	4	2	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	1	4	1	1	4	3	3	5	81			
5	5	3	1	5	3	2	5	1	3	2	5	4	4	5	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	87		
6	1	3	3	4	4	1	3	5	3	3	3	5	1	5	5	5	5	2	5	4	4	4	5	4	4	4	93		
7	1	3	5	4	4	5	5	5	1	4	4	3	3	5	5	5	2	3	2	5	3	2	2	3	3	5	87		
8	2	2	5	3	3	5	5	5	2	2	3	5	1	3	5	2	2	3	2	5	3	2	3	1	3	5	82		
9	2	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	2	5	3	3	3	3	2	5	3	5	3	5	5	5	5	102		
10	2	2	4	4	5	5	5	2	5	5	1	5	4	4	4	4	4	1	3	5	5	5	4	4	4	4	90		
11	1	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	1	5	5	3	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	0		
12	3	2	5	4	5	5	4	4	4	5	5	2	2	5	5	5	2	3	2	4	4	4	5	1	1	5	0		
13	2	1	5	3	5	5	5	1	3	5	5	1	3	5	2	1	3	2	5	3	2	3	1	3	5	5	0		
14	2	2	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1	1	4	1	4	4	5	5	3	2	1	1	84		
15	2	3	5	2	1	2	1	3	4	4	5	3	2	1	2	4	5	5	1	1	1	3	2	2	3	3	68		
16	2	3	4	3	5	4	5	5	3	3	4	2	4	3	5	5	5	3	2	5	4	4	4	5	5	5	97		
17	3	3	5	4	5	5	3	5	2	3	5	1	5	4	3	4	4	2	5	2	1	3	1	3	5	5	90		
18	2	2	3	5	4	5	4	4	5	5	1	5	4	2	3	2	2	3	4	3	4	4	5	4	4	4	90		
19	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5	3	5	5	5	5	5	111		
20	2	1	5	3	5	5	5	1	3	5	5	2	5	5	3	3	3	1	5	3	2	3	3	3	3	5	86		
21	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	108		
22	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	4	4	2	5	4	3	5	5	5	5	5	103		
23	2	4	3	3	3	2	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	5	3	3	1	4	4	3	3	69		
24	2	2	5	3	5	5	3	1	3	5	5	1	5	5	1	1	1	2	5	4	3	3	3	1	3	5	78		
25	2	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	1	5	5	5	4	5	4	4	4	105		
26	2	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	1	5	4	5	5	3	2	5	3	4	4	4	5	4	5	97		
27	5	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	1	1	5	5	3	1	2	5	3	4	5	5	5	5	5	94		
28	1	1	5	4	3	5	4	3	4	5	2	5	3	2	3	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	90		
29	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	1	5	5	4	4	5	5	5	5	111		
30	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	4	3	2	1	5	5	5	4	5	5	5	5	107		
31	5	4	4	4	4	5	5	5	4	2	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	114		
32	2	2	5	4	3	5	4	4	5	5	5	2	5	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	5	5	5	100		
33	1	3	5	4	4	3	5	3	5	4	4	1	4	5	2	3	1	3	5	2	1	4	3	2	2	2	79		
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	4	2	3	1	4	3	3	3	4	3	3	5	93		
35	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	114		
36	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	4	4	4	111		
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	3	5	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	92		
38	3	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	1	4	5	4	5	3	2	5	4	3	4	4	4	4	5	101		
39	3	2	3	5	4	5	5	5	5	5	5	1	4	5	4	4	2	2	3	4	4	4	4	5	5	5	99		
40	2	1	5	4	4	5	5	5	3	3	4	2	5	5	4	4	3	2	5	4	4	4	5	5	5	4	98		
41	1	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	93		
42	2	1	5	5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	3	2	1	1	5	5	3	4	3	4	5	94			
43	2	3	5	4	4	5	4	4	5	5	1	4	5	4	5	5	3	2	5	5	4	4	3	5	2	4	89		
44	5	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	1	4	5	4	3	4	2	4	5	4	4	5	4	5	4	101		
45	2	4	3	4	5	3	5	4	4	5	5	2	3	4	4	5	3	2	3	5	3	4	4	4	4	3	93		
46	2	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	4	2	2	5	4	3	3	3	4	3	4	92		
47	2	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	5	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	5	5	101		
48	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	2	4	4	5	5	2	5	4	3	3	2	3	4	3	95		
49	2	4	4	5	3	4	1	1	2	3	5	3	5	4	3	2	1	2	5	5	4	4	4	5	3	4	83		
50	2	2	4	4	5	4	4	5	1	4	5	1	5	4	2	2	2	2	5	4	4	4	3	2	4	5	84		
51	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	4	5	3	4	3	2	2	3	5	4	5	104		
52	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	1	4	5	3	3	4	4	4	5	1	4	4	4	5	5	94		
53	2	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	1	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	106		
54	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	3	3	4	1	5	2	1	3	1	2	4	91			
55	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	1	5	4	3	5	3	3	5	5	5	3	4	3	3	3	100		
56	2	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	2	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	96		
57	4	1	5	3	5	3	5	4	3	5	5	1	5	5	3	3	3	1	4	4	4	3	4	3	4	3	88		
58	1	1	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	2	4	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	89		
59	2	2	4	5	3	5	5	3	4	5	3	3	4	2	5	3	2	5	3	2	5	3	2	4	5	4	93		
60	2	2	5	4	3	4	5	3	2	4	3	1	5	2	5	4	2	4	5	4	5	4	5	5	3	3	88		
61	3	4	5	3	4	5	4	2	4	5	5	1	5	4	3	5	2	2	5	4	5	5	3	5	2	95			
62	2	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	1	5	4	3	4	4	1	5	3	3	4	5	5	5	5	96		
63	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	109		
64	3	5	2	4	5	5	2	2	2	5	1	5	5	2	4	2	2	5	2	2	5	2	4	5	5	5	87		
Promedio	2.50	2.81	4.36	4.08	4.39	4.45	4.16	3.94	3.91	4.47	4.64	1.66	4.17	4.53	3.55	3.19	1.95	4.48	3.86	3.42	3.80	3.86	3.81	4.25	4.25	Sum Item	5625		
Variancia	1.22	1.18	0.67	0.70	0.74	0.69	1.41	1.46	1.27	0.72	0.51	0.66	1.20	0.59	1.25	1.29	1.18	0.86	0.75	1.03	1.37	0.94	1.53	1.12	0.88	Sum Item	87.89		
																											Var Sum Items	603.47	
																												Sum Var N	25.52

Items	25
n	6

## Anexo 5: Cotización de grifería #2.



The screenshot shows the product page for a faucet on the Construplaza website. The product is a chrome AquaSense Z6915-XL faucet by Zum. The price is listed as ₡ 155,000.00 per unit. The page includes a search bar, navigation links, and a list of specifications.

Criterio de Búsqueda	
Grifería para lavatorio con sensor electrónico cromo AquaSense Z6915-XL Zum	

**Precio:** ₡ 155,000.00 / unidad

1.00

Después de impuesto	₡ 157,168.14 + 1.5%
Peso	2.28 kg
Código	20352
Código de Barras	870240381588

Descargar Ficha Técnica

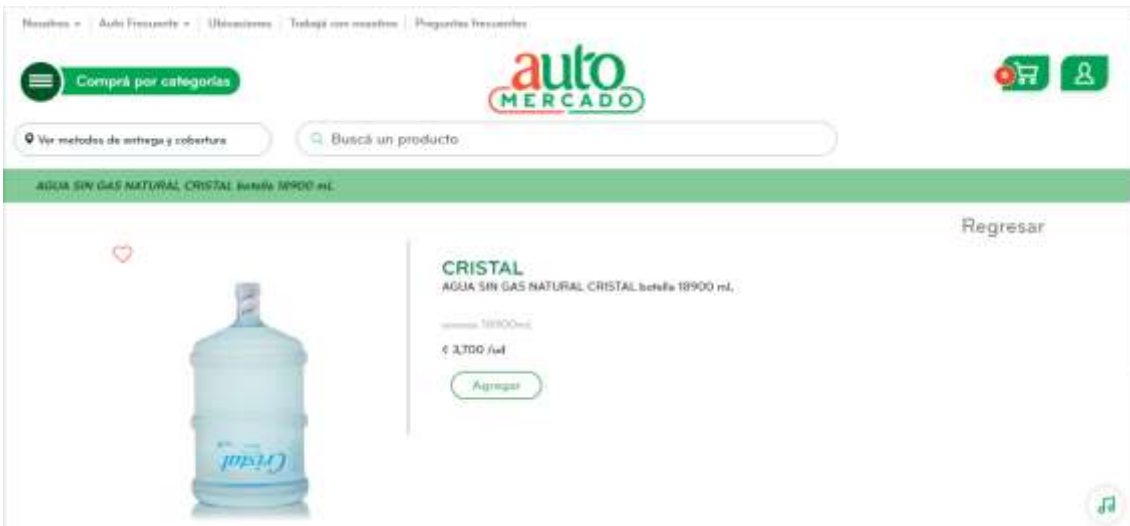
Más información  
Últimas unidades.

© 2020 - Construplaza | Políticas de Privacidad

VISA Tasa Cero SAC

Fuente: Construplaza, Costa Rica.

## Anexo 6: Cotización de bidón Auto Mercado.



The screenshot shows the product page for a water bottle on the Auto Mercado website. The product is a 18900 mL natural water bottle from the brand CRISTAL. The price is listed as ₡ 3,700.00 per unit. The page includes a search bar, navigation links, and a list of specifications.

Comprar por categorías

Ver métodos de entrega y cobertura

Busca un producto

AGUA SIN GAS NATURAL CRISTAL botella 18900 mL

CRISTAL  
AGUA SIN GAS NATURAL CRISTAL botella 18900 mL

18900 mL

₡ 3,700.00 / ud

Agregar

Regresar

Fuente: Auto Mercado, Costa Rica.

## Anexo 7: Cotización dispensador de agua.



Fuente: Gollo Tienda, Costa Rica.

## Anexo 8: Cotización bombillos Led.



Fuente: Epa en Línea, Costa Rica.

## Anexo 9: Calculadora de emisiones de CO2.

### 1. Kilómetros recorridos

Introduzca los kilómetros recorridos en su desplazamiento.

 Km

Si desconoce el número de kilómetros recorridos, utilice el mapa para realizar el cálculo.  
Señale en el mapa el punto de inicio y de llegada o o las distintas escalas del viaje.  
El mapa le calculará automáticamente el número de kilómetros recorridos.

[Usar mapa](#)

### 2. Número de pasajeros

Introduzca el número de pasajeros del desplazamiento.

 Pasajeros

### 3. Tipo de transporte

Indique el tipo de transporte.

### 4. Tipo de desplazamiento

Indique el tipo de desplazamiento, solo ida o ida y vuelta.

### 5. Resultado

El resultado del desplazamiento terrestre es de: 0 Kg de CO2 eq

[Hacer otro cálculo](#)

### 6. Total emisiones por desplazamiento terrestre.

Una vez calculado el desplazamiento añádalo al cálculo total de emisiones.  
Puede añadir uno o más desplazamientos al cálculo general.

Aún no se ha introducido ningún desplazamiento terrestre.

[Añadir al total](#)

Fuente: <https://www.ceroco2.org/>.