

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Trabajo final de investigación para optar por el

grado académico de MBA en Administración

con énfasis en Gerencia

**EL MODELO SOLIDARISTA COMO INSTRUMENTO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN EL
BIENESTAR DE LOS ASOCIADOS: ESTUDIO DE CASO DE LA
ASOCIACIÓN SOLIDARISTA DE EMPLEADOS DE CAFÉ BRITT COSTA
RICA S.A. Y AFINES, PARA EL PRIMER SEMESTRE 2026.**

Hellen Alfaro Oviedo

JUNIO, 2026

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
AGRADECIMIENTO.....	11
DEDICATORIA.....	12
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	13
ABSTRACT.....	15
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.1.1. Glosario:.....	17
1.1.2. Antecedentes internacionales y nacionales.....	19
1.1.3. Delimitación del problema.....	24
1.1.4. Justificación.....	24
1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	25
1.3. OBJETIVOS.....	25
1.3.1. Objetivo general.....	25
1.3.2. Objetivos específicos.....	25
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	26
2. EL MARCO TEÓRICO.....	27
2.1.1. Modelo solidarista.....	27
2.1.2. El solidarismo como modelo de cooperación organizacional.....	27

2.1.3.	Responsabilidad Social Empresarial, ¿Por qué es importante?	28
2.1.4.	Bienestar laboral como variable dependiente	29
2.2.	EL MARCO CONCEPTUAL	29
2.2.1.	Modelo solidarista	29
2.2.2.	Grupos de interés (Asociados o afiliados)	30
2.2.3.	Gobierno Corporativo	30
2.2.4.	Responsabilidad social	31
2.2.5.	Bienestar laboral	32
2.2.6.	Impacto organizacional	33
2.2.7.	Capital social organizacional	34
2.2.8.	Participación asociativa	35
2.2.9.	Satisfacción laboral	36
2.2.10.	Seguridad financiera	37
2.2.11.	Cultura organizacional solidaria	38
2.2.12.	Conocimiento institucional	39
2.2.13.	Desarrollo socioeconómico	40
2.3.	EL MARCO CONTEXTUAL	41
2.3.1.	Britt	41
2.3.2.	Historia de la asociación solidarista	42
2.3.3.	Misión	42
2.3.4.	Valores	43

2.3.5. Objetivos	43
2.3.6. Ubicación	44
2.3.1. Proceso afiliación	44
2.3.2. Estructura organizativa.....	45
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	46
3. ENFOQUE.....	47
3.1.1. INVESTIGACIÓN ACCIÓN	48
3.1.2. Positivista:.....	49
3.1.3. Interpretativa:	50
3.1.4. Crítica:.....	51
3.2. UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO	52
3.2.1. Población	52
3.2.2. Tipo de muestreo	53
3.2.3. Muestra probabilística aleatoria simple al azar	54
3.2.4. Cálculo de la muestra.....	56
3.3. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	58
3.3.1. Cuestionario	58
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	61
4. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN - ACCIÓN.....	62
4.1.1. Planificar	62
4.1.2. Diseño y digitalización:.....	62

4.1.3. Validación institucional:	62
4.1.4. Actuar	62
4.1.5. Observar	62
4.1.6. Reflexionar	62
4.2. GENERALIDADES DE LOS RESULTADOS.....	63
4.2.1. Conocimiento del modelo solidarista	64
4.2.2. Características del modelo solidarista aplicadas en la asociación.....	71
4.2.3. Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.....	80
4.2.4. Impacto del modelo solidarista en el bienestar	88
4.2.5. Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) – EFI (Evaluación fortalezas internas) y EFE (Evaluación fortalezas externas)	95
4.3. Análisis CAME	99
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES RECOMENDACIONES Y LIMITANTES	101
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
CAPITULO VI PROPUESTA	103
6. NOMBRE DE LA PROPUESTA:	104
6.1. INSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN O POBLACIÓN EN LA CUAL SE DESARROLLARÁ:.....	104
6.2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA	104
6.2.1. General	104
6.2.2. Objetivos específicos	104
6.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PROPUESTAS DE MEJORA.....	105

6.4. PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES.....	114
6.4.1. Retorno sobre la Inversión (ROI).....	115
6.5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	116
REFERENCIAS	119
ANEXOS	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla: 1	57
Tabla: 2	60
Tabla 3.	63
Tabla 4.	64
Tabla 5.	65
Tabla 6.	67
Tabla 7.	68
Tabla 8.	70
Tabla 9.	71
Tabla 10.	73
Tabla 11.	74
Tabla 12.	76
Tabla 13.	77
Tabla 14.	79
Tabla 15.	80
Tabla 16.	82
Tabla 17.	83
Tabla 18.	85
Tabla 19.	86
Tabla 20.	88

Tabla 21.	89
Tabla 22.	91
Tabla 23.	92
Tabla 24.	94
Tabla 25.	98
Tabla 26.	100
Tabla 27.	102
Tabla 28.	106
Tabla 29.	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1	44
Ilustración 2	45
Ilustración 3	54
Ilustración 4	56
Ilustración 5	64
Ilustración 6	66
Ilustración 7	67
Ilustración 8	69
Ilustración 9	70
Ilustración 10	72
Ilustración 11	73
Ilustración 12	75
Ilustración 13	76
Ilustración 14	78
Ilustración 15	79
Ilustración 16	81
Ilustración 17	82
Ilustración 18	84
Ilustración 19	85
Ilustración 20	87

Ilustración 21	88
Ilustración 22	90
Ilustración 23	91
Ilustración 24	93
Ilustración 25	94
Ilustración 26	107

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por permitirme llegar a este momento, por regalarme la fortaleza, la salud y la sabiduría necesarias para alcanzar esta meta. Gracias por su infinita bondad, amor y por acompañarme en cada paso de este camino.

A mi esposo Cristian

Por su paciencia, apoyo incondicional, comprensión y compañía durante este proceso. Gracias por creer en mí, por alentarme en los momentos difíciles y, sobre todo, por su inmenso amor.

A mi hija Hillary

Por ser mi mayor inspiración y la razón que me impulsa a esforzarme cada día para ser una mejor persona y profesional.

A mi tutor y guía, MBA Mauricio Garita Segura

Por su invaluable apoyo, dedicación y compromiso a lo largo de este proceso. Gracias por compartir sus conocimientos, por su paciencia y orientación constante, las cuales fueron fundamentales para culminar con éxito este trabajo.

ASOBRITT

Por la confianza depositada en mí, por abrirme las puertas de la organización y brindarme la oportunidad de hacer realidad este sueño académico. Su apoyo y colaboración fueron esenciales para el desarrollo de esta investigación. Mi más sincero y eterno agradecimiento.

DEDICATORIA

A mi princesa Hillary:

Mi razón de vivir y mi mayor inspiración.

Para que siempre recuerdes que las mujeres podemos ser madres, esposas, hijas, amigas y grandes profesionales al mismo tiempo; y que los sueños, cuando se persiguen con esfuerzo, dedicación y perseverancia, sí se hacen realidad.

Con todo mi amor,

Tu mamá.

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Esta investigación fue desarrollada en la Asociación de Empleados de Café Britt, S.A., y Afines, cuyo objetivo general consistió en analizar el modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el bienestar de los asociados.

Este proyecto nace de la necesidad de identificar la percepción de las personas asociadas, respecto al conocimiento del tema y de las características del solidarismo aplicadas en la asociación, además de conocer las prácticas de responsabilidad social empresarial y el impacto que este genera en el bienestar de los asociados. Para medir este conocimiento se utilizó un enfoque mixto, donde cuantitativamente se seleccionó una muestra de 242 personas, utilizando como técnica de recolección de la información la encuesta, aplicada mediante un cuestionario estructurado con la escala tipo Likert de cinco puntos

Los datos obtenidos fueron procesados mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias, porcentajes y promedios ponderados, evidenciando una percepción positiva en los asociados respecto al modelo solidarista, en temas tan importantes como ahorro, crédito, apoyo económico, seguridad financiera y el impacto positivo generado por la asociación.

También se identificaron oportunidades de mejora como el fortalecimiento del conocimiento sobre el funcionamiento de la asociación, la divulgación de actividades y beneficios, la educación financiera solidarista, el uso de más herramientas digitales y la promoción de participación más activa por parte de los asociados.

Gracias a estos resultados, se diseñó una propuesta orientada al fortalecimiento del modelo Solidarista, mediante estrategias de endomarketing, educación financiera, comunicación digital y promoción de programas de responsabilidad social empresarial, con el fin de incrementar el bienestar integral de las personas asociadas y fortalecer el cumplimiento de los principios del solidarismo.

Palabras clave: modelo solidarista, responsabilidad social empresarial, bienestar, educación financiera, comunicación organizacional.

ABSTRACT

This research was conducted at the Employees' Association of Café Britt, S.A. and Affiliates (ASOBRITT), with the general objective of analyzing the solidarity model as an instrument of Corporate Social Responsibility (CSR) and its impact on members' well-being.

This project arose from the need to identify members' perceptions regarding their knowledge of the solidarity model and the characteristics of solidarity practices implemented within the association, as well as to understand the corporate social responsibility practices developed by the organization and their impact on members' well-being. To assess this knowledge, a mixed-methods approach was employed. Quantitatively, a sample of 247 participants was selected, and data were collected through a survey administered using a structured questionnaire based on a five-point Likert scale.

The data obtained were analyzed using descriptive statistics, including frequencies, percentages, and weighted averages. The findings revealed a positive perception among members regarding the solidarity model, particularly in areas such as savings, access to credit, financial support, financial security, and the positive impact generated by the association.

Opportunities for improvement were also identified, including strengthening members' understanding of the association's operations, increasing the dissemination of activities and benefits, promoting solidarity-based financial education, expanding the use of digital tools, and encouraging more active member participation.

Based on these findings, a proposal was designed to strengthen the solidarity model through endomarketing strategies, financial education initiatives, digital communication, and the promotion of corporate social responsibility programs, with the aim of enhancing the overall well-being of members and reinforcing compliance with the principles of solidarity.

Keywords: solidarity model, corporate social responsibility, well-being, financial education, organizational communication.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. *Glosario:*

Para la presentación del presente trabajo final de investigación, se elabora un glosario que permite identificar y comprender los términos y palabras clave fundamentales. Este apartado resulta esencial, ya que desde el inicio facilita la correcta interpretación del contenido desarrollado a lo largo del documento.

Endomarketing: Como señalan Kotler y Keller (2006), el endomarketing se compone de aquellas acciones dirigidas al trabajador o cliente interno, implementadas con la clara intención de fidelizarlo y motivarlo en el desarrollo de sus funciones cotidianas, asegurando así que sus esfuerzos individuales impacten de manera directa en el cumplimiento de las metas institucionales globales. (pág. 20). De esta manera se puede decir que el termino endomarketing se visualiza como ese conjunto de acciones y estrategias de mercadotecnia dirigidas al a los clientes o público internos de una organización donde su único propósito es motivar, fidelizar y comprometer a los colaboradores. (Kotler y Keller 2006).

Bienestar: El bienestar integral trasciende la simple ausencia de patologías, consolidándose como un equilibrio dinámico entre la salud física, mental y el entorno. Según Martul Hernández (2023), la reconexión con la naturaleza mediante prácticas conscientes resulta fundamental para reducir el estrés y potenciar la estabilidad emocional. Esta perspectiva holística destaca que el contacto regular con espacios naturales no solo revitaliza el organismo, sino que también fomenta una mayor claridad mental y propósito vital. Por tanto, cultivar este vínculo ambiental se ha convertido en un pilar indispensable para alcanzar una vida plena, armónica, genuinamente saludable y feliz en la sociedad humana actual. (Martul Hernández, 2023)

Comunicación organizacional: La comunicación organizacional efectiva se ha consolidado como un activo estratégico indispensable para el éxito empresarial en entornos

contemporáneos altamente dinámicos. Según Trujillo Vargas, Cantalapiedra Nieto y Becerra Fernández (2023), la implementación de fórmulas comunicativas claras y canales adecuados no solo optimiza los flujos de información interna, sino que también fortalece el compromiso del talento humano y alinea los objetivos individuales con la misión corporativa. En este sentido, apostar por una cultura de transparencia y retroalimentación constante permite a las organizaciones modernas adaptarse ágilmente a los cambios del mercado, fomentando un clima laboral positivo y garantizando así su gran competitividad. (Trujillo Vargas, 2023)

Educación financiera: La educación financiera se ha consolidado como un pilar fundamental para el desarrollo económico y el bienestar individual en la sociedad contemporánea. De acuerdo con la Alianza para la Inclusión Financiera (2024), este proceso no solo dota a las personas de conocimientos teóricos, sino que también fomenta habilidades y actitudes necesarias para tomar decisiones informadas, gestionar riesgos y planificar su futuro económico de manera responsable. En América Latina y el Caribe, la implementación de estrategias nacionales busca cerrar las brechas de desigualdad, empoderando a diversos grupos vulnerables y promoviendo una verdadera inclusión que garantice la estabilidad y prosperidad a largo plazo. (Financiera, 2024)

Modelo solidarista: El modelo solidarista se consolida como una alternativa socioeconómica y laboral que busca la armonía entre capital y trabajo mediante la colaboración, el ahorro y la ayuda mutua. Según la Cátedra Solidarista Alberto Martén Chavarría (2022), este modelo promueve un ambiente de entendimiento y paz laboral, alejándose de la confrontación sindical tradicional para enfocarse en el bienestar integral del trabajador. A través de asociaciones que ofrecen créditos, educación y beneficios sociales, el solidarismo fomenta la corresponsabilidad entre patronos y empleados, demostrando así ser un motor clave y fundamental para el progreso social y el desarrollo humano sostenible en la región. (Chavarría, 2022).

Responsabilidad social empresarial: La responsabilidad social empresarial ha evolucionado de ser una simple filantropía a convertirse en un eje estratégico indispensable para la competitividad corporativa moderna. Según Camargo, Castillo Villar y Portales Derbez (2024), las organizaciones que integran genuinamente criterios ambientales, sociales y de gobernanza en su cadena de valor no solo mitigan riesgos reputacionales, sino que también generan un impacto positivo medible en su entorno. Esta visión demuestra que el éxito empresarial a largo plazo depende intrínsecamente de su capacidad para crear valor compartido, fortaleciendo así la confianza de los grupos de interés y contribuyendo al desarrollo sostenible de la sociedad actual. (Camargo, 2024).

1.1.2. Antecedentes internacionales y nacionales

a. “De la responsabilidad social empresarial al balance social”

Autor: Christian David Tamayo Cevallos, Mayra C. Ruiz Malvareis

Año: 2018

Principales hallazgos: En el artículo se expone la conceptualización del término responsabilidad social, su evolución histórica y su incidencia en la adecuada gestión financiera y social de cualquier organización. Este proceso se conoce como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y responde al incremento de las exigencias de información financiera o no financiera que genera el término, lo que condiciona el surgimiento de la contabilidad social (CS) y un sistema de indicadores para medir si la entidad actúa de manera socialmente responsable o no, información que se presenta a los stakeholders (usuarios internos y externos) a través del balance social. En la investigación se realizó un estudio descriptivo, ya que se analizaron los diferentes componentes del fenómeno objeto de estudio, y la recolección de datos se efectuó a través del instrumento análisis de contenido. (TAMAYO CEVALLOS, 2018).

b. “La Economía Civil y el Solidarismo: Modelos Alternativos para Lograr el bien Común”

Autor: Mgtr. Francesco Anzuini, Mgtr. Luis Fernando Calvo

Año: 2023

Principales hallazgos: La Economía Civil, es un pensamiento socioeconómico que se refiere a la actividad económica llevada a cabo por organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro, como asociaciones, cooperativas y fundaciones. Estas organizaciones buscan crear valor social y económico al tiempo que satisfacen las necesidades de sus miembros y de la comunidad en general. El Solidarismo ha sido un movimiento social y económico importante sobre todo a partir del 1980 en Costa Rica. Se basa en la idea de que las empresas deben tener participación en la propiedad por parte de sus colaboradores y gestionadas de manera participativa buscando la cooperación entre patronos y trabajadores. Además, el solidarismo promueve la solidaridad, la cooperación y el apoyo mutuo, lo que evidencia la conexión entre la Economía Civil y el Solidarismo. Las cooperativas, por ejemplo, son una forma de Economía Civil que se basa en la propiedad y el control democrático de sus miembros, estas organizaciones suelen estar enfocadas en satisfacer las necesidades de sus miembros y de la comunidad, y pueden estar involucradas en una amplia gama de actividades económicas. Además, muchas cooperativas y otras organizaciones de Economía Civil en Costa Rica han adoptado principios solidaristas en su estructura y funcionamiento. Estos principios incluyen la toma de decisiones democráticas, la distribución equitativa de los beneficios y la solidaridad, por lo tanto, la Economía Civil y el Solidarismo comparten valores y principios similares, y pueden trabajar juntos para promover una economía más justa y sostenible en Costa Rica y afuera del país. La participación de los trabajadores y la cooperación entre ellos pueden contribuir a crear empresas más eficientes y productivas, al tiempo que satisfacen las necesidades de sus miembros y de la comunidad en general. (Anzuini, 2023)

c. ***Análisis del impacto estratégico de la Responsabilidad Social en las Empresas.***

Autor: Gómez Bayona, L., Castañeda Vásquez, V., Castañeda Gallego, B., y Doria Orozco

Año: 2024

Principales hallazgos: Se puede concluir que la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) a lo largo de la historia ha sido pilar fundamental como impacto positivo para el alto posicionamiento competitivo de las empresas frente al mundo globalizado que se rige hasta el día de hoy, lo que mantuvo vigente y en rigor al propósito de la empresa u organización, permitiendo de forma continua la creación y adaptación de diversas estrategias y múltiples ventajas competitivas. Se destaca que el funcionamiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es exclusivo de las grandes empresas, sino que también puede y debe ser implementado por pequeñas organizaciones o empresas de reciente creación. En este sentido, si se busca alcanzar un mayor nivel de desarrollo y posicionamiento, es fundamental incorporar como objetivo estratégico los compromisos sociales, alineándolos con la capacidad y la razón de ser de la empresa. Asimismo, se debe considerar que estos principios son universales y deben regirse por los mismos lineamientos que dieron origen a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La importancia no solo se centra a nivel empresarial sino para la agrupación de objetivos y compromisos con una mirada hacia la sostenibilidad social, quienes son los que direccionan este concepto hacia la práctica. Si se mantuvo una efectiva cohesión y constante equilibrio entre los tres principales factores de implementación que hacen parte de la construcción de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), la toma de decisiones óptimas en las empresas será efectiva para la realización de metas que permitan a la organización ser reconocida y posicionada a nivel jerárquico entre los parámetros globales del mercado. (Gómez Bayona, 2024)

d. ***“Contribución de la responsabilidad social a los objetivos de desarrollo sostenible en la empresa familiar costarricense: un estudio de casos”***

Autor: Tania Mora Ortega, Dyalá De la O Cordero, Camila Ramírez Guzmán

Año: 2024

Principales hallazgos: Las empresas familiares son actores relevantes en el desafío global de contribuir con el desarrollo sostenible; por lo tanto, las prácticas de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) que implementan las empresas pueden aportar significativamente a la consecución

de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), esto en concordancia con lo expuesto por Camarán et al. (2019). Las prácticas llevadas a cabo por las empresas familiares participantes en este estudio pueden contribuir significativamente con la Agenda 2030. Los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) estudiados tienen una estrecha relación con el desarrollo del talento humano en una organización; ya que, son los colaboradores quienes tienen la capacidad de incrementar la productividad, impulsar la innovación y por consiguiente aumentar la competitividad empresarial, esto en línea con lo aportado por Vallejo Espinoza y Portalanza Chavarría (2017). De esta forma, las actividades de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) llevadas a cabo en las empresas familiares pueden fortalecer la relación del talento humano y aumentar la competitividad de la organización, sin embargo, aún hay un arduo camino por recorrer, ya que las empresas del estudio realizan estas acciones en algunos escenarios sin saber que son acciones de RSE (Responsabilidad Social Empresarial); además, indican Faller y ZuKnyphausen-Aufseß (2018) que las empresas familiares realizan acciones de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) para mejorar su imagen y reputación, pero en el caso de las empresas del estudio no reciben ningún incentivo ni esperan nada a cambio por desarrollar estas acciones. Precisamente, las empresas del estudio sobre el ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) 3 y 8, se evidencia las acciones de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) en las políticas personal, ambiental, innovación e impacto social; definidas por Camarán et al. (2019), sobre el ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) 4 no se realizan acciones en la política de innovación, y por último no se muestran actividades que aporten sobre la política ambiental y de innovación en el ODS 5, a pesar de que no se den acciones sobre estas políticas; hay una serie de actividades que las empresas pueden desarrollar, como realizar talleres y eventos relacionados a tecnología e innovación, así como acciones para reducir el impacto medioambiental. Consideramos que se pueden realizar futuras líneas de estudio sobre la implementación de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) en las empresas familiares reflexionando varios factores de contingencia (por ejemplo, tamaño, sector de la empresa,

generación) y la heterogeneidad de las empresas familiares también podría arrojar nuevos conocimientos. Además, es necesaria una comprensión más profunda de los valores e ideas que sustentan el comportamiento de la familia propietaria y definen la influencia familiar. Finalmente, nuestro análisis se enfoca en empresas familiares, pero las comparaciones con otros tipos de empresas (como no familiares o agencias gubernamentales) pueden brindar información adicional. Igualmente, consideramos relevante desarrollar estudios sobre posibles modelos de indicadores de gestión para evaluar los aportes de las actividades de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) a la consecución de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de la Agenda 2030. (Mora Ortega, 2024)

e. **Título “Organizaciones obrero-patronales y sus efectos en el mercado laboral: evidencia de las asociaciones solidaristas en costa rica”**

Autor: Daniela Córdoba-Solano Shirley Álvarez, Juan Robalino-Herrera, Leonardo Castellón

Año: 2025

Principales hallazgos: Las asociaciones solidaristas constituyen una forma particular de organización obrero-patronal en Costa Rica, que ha recibido poca atención. Este estudio analiza la relación entre la afiliación a una asociación solidarista y diversos resultados laborales, empleando datos de las Encuestas Nacionales de Hogares (2017–2022). Los resultados muestran que las personas afiliadas perciben salarios netos mensuales superiores y reciben un excedente económico anual equivalente al 42% de su salario neto mensual. A partir del análisis del panel 2017–2021 y un modelo de Diferencias en Diferencias, se encuentra que la afiliación a una asociación solidarista incrementa la probabilidad de permanecer empleado, seguir en el sector formal y continuar participando en el mercado laboral, aunque no se observa un efecto significativo en los salarios. Estos hallazgos resaltan el papel de las asociaciones solidaristas en la estabilidad y formalización del empleo, con implicaciones tanto para el sector empresarial como para el diseño de políticas públicas que promuevan su desarrollo. (Córdoba Solano, 2025)

1.1.3. Delimitación del problema

La investigación se llevará a cabo con las personas asociadas a la ASOCIACION SOLIDARISTA DE EMPLEADOS DE CAFE BRITT COSTA RICA S.A. Y AFINES, con dirección en: HEREDIA, Siglas: ASOBRITT, cédula jurídica: 3002250513, durante el primer semestre del 2026.

1.1.4. Justificación

Desde hace más de cuatro décadas el solidarismo ha constituido un modelo socioeconómico en Costa Rica, fundamentado como lo indica la Ley 6970 en los principios de solidaridad, equidad, ayuda mutua y cooperación entre trabajadores y patronos. Su enfoque principal es el bienestar de las personas trabajadoras y de sus familias, mediante opciones de ahorro, crédito, beneficios sociales, educación financiera y apoyo en diferentes situaciones de necesidad, además del fortalecimiento en el clima laboral para las empresas. A pesar de que actualmente en Costa Rica existen más de 1.460 asociaciones solidaristas activas, la contribución académica que analiza este modelo desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y especialmente aquella que evalúa su impacto real en el bienestar de las personas asociadas, continúa siendo limitada. En este contexto, la presente investigación busca aportar al fortalecimiento del solidarismo mediante la generación de evidencia sobre su contribución al bienestar de los asociados. Asimismo, se fundamenta en la relación existente entre el modelo solidarista y los principios y estándares internacionales de la Responsabilidad Social Empresarial, como la norma ISO 26000, la cual, al igual que el solidarismo, promueve prácticas laborales justas, el desarrollo integral y la participación activa de las personas dentro de las organizaciones.

1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo incide el modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial en el bienestar de los asociados de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines, en el primer semestre 2026?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. *Objetivo general*

Analizar el modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el bienestar de los asociados de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines, en el primer semestre 2026

1.3.2. *Objetivos específicos*

- a) Identificar las principales características del modelo solidarista aplicadas en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines
- b) Describir las prácticas existentes de Responsabilidad Social Empresarial en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines.
- c) Evaluar el impacto del modelo solidarista en el bienestar de los asociados.
- d) Analizar el grado de conocimiento que tienen los asociados sobre la contribución del modelo solidarista en su calidad de vida.
- e) Proponer recomendaciones orientadas al fortalecimiento del modelo solidarista como instrumento de la Responsabilidad Social empresarial en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2. EL MARCO TEÓRICO

El marco teórico proporciona la base conceptual de un estudio y sirve para informar al investigador sobre el conocimiento existente acerca del tema de interés y para guiarlo en la formulación de sus preguntas o hipótesis sobre el fenómeno o contexto de la investigación. (Marshall y Rossman, 2014)

En este sentido, para Marriam (1998), el marco teórico es la “lente a través del cual el investigador verá y abordará el fenómeno o situación a estudiar” (p. 45). (Bernal Torres, 2022).

Con este capítulo lo que se buscó es dar una base sólida de teoría que fundamenta los conceptos que se utilizan a lo largo de la investigación. Estos conceptos resultan fundamentales para el lector, ya que su comprensión es esencial para entender en profundidad el alcance y el contenido del estudio.

2.1.1. *Modelo solidarista*

Es así como el presente marco teórico analiza el modelo solidarista como instrumento de responsabilidad social empresarial, y su impacto en el bienestar de los asociados, apoyado con enfoques contemporáneos sobre gobernanza organizacional, teoría de afiliados o asociados y bienestar social.

Este impacto se estudia desde tres ejes teóricos:

1. Solidarismo como modelo de cooperación organizacional.
2. Responsabilidad social empresarial
3. Bienestar laboral como resultado organizacional medible.

2.1.2. *El solidarismo como modelo de cooperación organizacional*

El solidarismo nació para promover la justicia social, la equidad y la cooperación entre empleadores y trabajadores, bajo principios éticos fuertes, pero fue pensado como mecanismo de trascendencia para enaltecer la humanidad misma. Y no de ninguna manera para llenarnos de cosas vanas y dinero inútil. Y es que, si observamos detenidamente, las tendencias actuales

están marcadas por un enfoque individualista, consumista y orientado a la competencia, lo que ha desviado a la sociedad del camino original de solidaridad y responsabilidad compartida. (Efraín Mejía Vindas, Guido Alberto Monge Fernandez, Alvaro Villalobis Garro, Adrian Zamora Igalde, Fernando Zamora Castellanos, 2025)

Es importante rescatar que, aunque el solidarismo nace en 1947, como una alternativa al conflicto obrero patronal, impulsado por su creador Alberto Martén Chavarría, y está regulado por la Ley de Asociaciones Solidaristas N° 6970, ha empezado con las nuevas generaciones de gerentes y administradores a identificarse como:

- Mecanismo de capital social organizacional
- Instrumento de estabilidad laboral
- Herramienta de retención de talento

2.1.3. Responsabilidad Social Empresarial, ¿Por qué es importante?

El objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad. Las organizaciones de todo el mundo, y sus partes interesadas, son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable.

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

En última instancia, las actividades de una organización dependen de la salud de los ecosistemas del mundo. (Descubriendo ISO 26000)

Es así como la Responsabilidad Empresarial comprende:

- Prácticas laborales responsables
- Desarrollo humano

- Bienestar organizacional

2.1.4. Bienestar laboral como variable dependiente

El bienestar laboral está en constante cambio, integrando tanto a la estabilidad económica, como a la satisfacción laboral y el apoyo organizacional.

El solidarismo afirma esta variable desde el principio de la equidad, conforme a la Ley N° 6970, donde establece la finalidad de las asociaciones solidaristas orientadas al bienestar, es así como:

El modelo de equidad planteado por J. Stacy Adams sugiere que las personas se sienten motivadas cuando perciben que su compensación y recompensas son justas en relación con el esfuerzo que realizan y en comparación con otras personas en la misma situación. (Madrigal Torres, 2024)

Siendo así evidente que los programas financieros y de apoyo social que realizan las asociaciones solidaristas fortalecen el compromiso y clima organizacional.

2.2. EL MARCO CONCEPTUAL

Para facilitar el proceso de investigación se realiza el marco conceptual, en el cual se entrelaza la realidad de la asociación con la teoría de las diferentes fuentes consultadas. Con este se busca dar fundamento teórico a los resultados que se obtengan mediante la aplicación de instrumentos los cuales se utilizarán más adelante en el análisis de resultados.

2.2.1. Modelo solidarista

El modelo solidarista en Costa Rica constituye un sistema socioeconómico distintivo que opera paralelamente al sindicalismo tradicional, permitiendo a los trabajadores asociarse para administrar beneficios sociales. Regulado principalmente por la Ley de Asociaciones Solidaristas, este modelo facilita el acceso a créditos, servicios médicos y subsidios mediante aportes salariales voluntarios. Su estructura jurídica permite una gestión democrática de los fondos, buscando mejorar la calidad de vida de los asociados sin fines de lucro externos. El empleador

realiza un aporte obligatorio que fortalece los fondos, diferenciándolo de otros esquemas. Esta dinámica ha permitido la creación de una red de seguridad robusta que atiende emergencias y pensiones complementarias. (Seguros, 2022)

El modelo solidarista costarricense ofrece una alternativa basada en la cooperación directa entre patrono y colaborador no una confrontación, mientras históricamente el sindicalismo se centra en la negociación colectiva el solidarismo promueve una relación enfocada en el bienestar económico común.

2.2.2. Grupos de interés (Asociados o afiliados)

En el pasado, se consideraba que solo los accionistas o propietarios eran parte de las organizaciones como dueños del negocio. Después llegó el turno de los clientes y consumidores, porque sin ellos el negocio no prosperaría; más adelante llegó el turno de los proveedores, porque sin insumos, materiales, máquinas y equipamientos, espacio y energía nada funciona. Después llegó el turno de los administradores (directores y gerentes) y de los colaboradores que dan vida a la organización; todos ellos son sus grupos de interés (Asociados o afiliados). (Chiavenato, 2022).

El modelo solidarista materializa en la práctica el reconocimiento de la persona asociada como Asociado o afiliado prioritario, al establecer mecanismos que buscan su bienestar económico y social, por medio de aportes entre patrono y colaborador, trascendiendo con esto la visión tradicional centrada en el capital y promoviendo una relación más equilibrada y cooperativa.

2.2.3. Gobierno Corporativo

Este concepto se refiere a las relaciones entre accionistas y administradores o ejecutivos de la empresa. Las reglas de la gobernanza definen derechos y obligaciones de los accionistas y administradores en relación con la empresa, partiendo del supuesto que los administradores,

como agentes de los accionistas, deben orientar la actuación de la empresa de modo que cumpla con sus objetivos y con las expectativas de los accionistas. (Chiavenato, 2022)

La gobernanza solidarista se fundamenta en principios de transparencia, participación y rendición de cuentas, puede interpretarse como una adaptación del modelo de gobernanza corporativa, pero orientada hacia fines sociales y solidarios.

2.2.4. Responsabilidad social

La Responsabilidad Social (RS) se define contemporáneamente como el compromiso ético y estratégico que asumen las organizaciones para gestionar sus impactos económicos, sociales y ambientales, trascendiendo el mero cumplimiento legal.

Según Alonso-Almeida (2023), la RS implica:

“...Integrar voluntariamente las preocupaciones de los grupos de interés (Asociados o afiliados) en la estrategia central del negocio, promoviendo un desarrollo sostenible que equilibre la rentabilidad con el bienestar colectivo. Este enfoque exige transparencia, rendición de cuentas y la adopción de criterios ESG (Ambientales, Sociales y Gobernanza) para medir el desempeño no financiero. La RS ya no es una acción filantrópica aislada, sino un modelo de gestión que fomenta la innovación mejora la reputación corporativa y asegura la viabilidad a largo plazo en un mercado globalizado. Además, alinea las operaciones empresariales con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, convirtiendo la ética en un motor de competitividad. Incluye también la promoción de derechos humanos y condiciones laborales justas. Así, la organización se legitima socialmente al demostrar que su éxito económico es inseparable del progreso social y la protección del medio ambiente, respondiendo activamente a las demandas de una ciudadanía cada vez más consciente y exigente mediante mecanismos de diálogo permanente y sostenibilidad.” (Alonso-Almeida, 2023)

La Responsabilidad Social (RS), entendida contemporáneamente como un compromiso ético y estratégico que trasciende el cumplimiento legal, adquiere importancia significativa cuando se analiza desde el enfoque del solidarismo. Si bien tradicionalmente las empresas se limitaban a cumplir con las obligaciones normativas mínimas, el enfoque actual plantea que las organizaciones deben gestionar de manera proactiva los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de sus actividades.

La Responsabilidad Social, implica integrar voluntariamente las preocupaciones de los grupos de interés en la estrategia central del negocio, se reconoce que la sostenibilidad empresarial depende del equilibrio entre rentabilidad y bienestar colectivo. Desde esta perspectiva, el modelo solidarista puede interpretarse como una manifestación concreta de Responsabilidad Social interna, ya que incorpora dentro de la estrategia organizacional mecanismos destinados a fortalecer la estabilidad económica y la calidad de vida de los asociados, haciendo énfasis en la transparencia y la rendición de cuentas donde encuentra correspondencia en la gestión democrática y participativa que caracteriza al solidarismo promoviendo condiciones laborales más justas, el modelo solidarista contribuye a la legitimación social de la empresa. La organización demuestra que su éxito financiero no es independiente del progreso social de quienes la integran, sino que ambos aspectos se encuentran interrelacionados. En el marco de esta investigación, esta relación resulta fundamental para analizar cómo el modelo solidarista funciona como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial y cómo dicha práctica incide en el bienestar de los asociados

2.2.5. Bienestar laboral

El bienestar laboral se define como un estado integral de salud física, mental y social que experimentan los trabajadores en su entorno ocupacional. No solo implica la ausencia de riesgos, sino la presencia de factores que promueven la plenitud y el desarrollo personal. Según Peiró (2022), el bienestar:

“..... Es un determinante clave del desempeño, vinculándose con la satisfacción, el compromiso y la reducción del estrés. Las organizaciones deben fomentar activamente climas positivos, equilibrio vida-trabajo y seguridad psicológica. Esto incluye políticas de flexibilidad, prevención de riesgos psicosociales y liderazgo saludable. Priorizar el bienestar no es solo ético, sino estratégico, pues mejora la retención de talento y la productividad. En la era postpandemia, se exige adaptar espacios y culturas para cuidar la salud mental. Así, el bienestar se convierte en un pilar de la sostenibilidad empresarial, donde el cuidado del capital humano garantiza la competitividad y legitimidad social de la empresa frente a stakeholders exigentes.” (Peiró, 2022).

Desde el contexto del solidarismo, este bienestar adquiere una importancia adicional al apoyar económica y socialmente a los asociados, a través de sistemas de ahorro, acceso a crédito en condiciones más favorables que los bancos y beneficios salariales como el derecho real a la cesantía. El solidarismo favorece la seguridad económica de los colaboradores lo cual incide positivamente en su tranquilidad personal y en su percepción hacia el respaldo patronal.

2.2.6. Impacto organizacional

El impacto organizacional se refiere a los efectos significativos y medibles que las decisiones, estrategias y culturas de una empresa generan tanto interna como externamente, abarcando desde la productividad y el clima laboral hasta la huella social. Según Rodríguez-Pinto (2023), el impacto:

“...No solo se mide en resultados financieros, sino en la transformación positiva que la organización provoca en sus grupos de interés. Incluye la capacidad de adaptación al cambio, la innovación y la eficiencia operativa. Un alto impacto organizacional implica alinear los objetivos individuales con los corporativos, fomentando un sentido de pertenencia. Además, considera la responsabilidad ética y la sostenibilidad a largo plazo. Las empresas con gran impacto logran influir

en su sector, estableciendo estándares de calidad y bienestar. Por tanto, gestionar el impacto requiere indicadores claros que evalúen el rendimiento global, asegurando que el crecimiento económico no comprometa el bienestar social ni el entorno, consolidando una ventaja competitiva sostenible. (Rodríguez-Pinto, 2023)

El impacto organizacional del modelo solidarista puede analizarse desde los efectos que genera en el bienestar económico y social en los colaboradores, al facilitar ahorro, créditos solidarios y beneficios sociales, creando una cultura organizacional basada en cooperación y solidaridad valores que fomentan relaciones equilibradas y promueven bienestar social.

2.2.7. Capital social organizacional

Según el libro 2023 Edelman Trust Barometer se determina que:

“El capital social organizacional se refiere a los recursos inherentes a las relaciones sociales dentro de una empresa, actuando como un catalizador fundamental para el éxito colectivo sostenible. Este concepto engloba la confianza institucional, las normas de reciprocidad y las redes de colaboración que facilitan la acción coordinada sin fricción operativa. En el entorno empresarial contemporáneo, el capital social es un activo intangible crucial que influye directamente en la innovación disruptiva, la retención de talento clave y la eficiencia operativa generalizada. Las organizaciones que cultivan fuertes lazos internos y externos tienden a responder mejor ante crisis sistémicas y aprovechan oportunidades de mercado con mayor agilidad estratégica. La inversión continua en relaciones auténticas permite reducir significativamente los costos de transacción y fomenta un clima de cooperación espontánea entre departamentos. Además, el capital social actúa como un amortiguador robusto durante periodos de incertidumbre económica, proporcionando estabilidad emocional y operativa a los equipos de trabajo. Según análisis globales, la digitalización no ha disminuido

su valor, sino que ha transformado las dinámicas de interacción, requiriendo nuevas estrategias de gestión del conocimiento compartido. Es vital medirlo constantemente para ajustar políticas. Por tanto, los líderes deben priorizar el fortalecimiento de estas redes para asegurar la sostenibilidad”. (Edelman, 2023)

El capital social organizacional, genera relaciones de confianza, cooperación y apoyo dentro de una organización, en una asociación solidarista este capital social se fortalece a través del aporte patronal, ya que este representa un beneficio real y directo que el patrono brinda a sus colaboradores para apoyar su bienestar y estabilidad financiera, fortaleciendo el vínculo entre empresa y trabajador, generando compromiso, sentido de pertenecía y solidaridad entre los asociados.

2.2.8. Participación asociativa

Según The global state of democracy 2023, se entiende como la participación asociativa “...Representa la capacidad de los individuos para agruparse voluntariamente con el fin de incidir en la esfera pública y gestionar bienes comunes. Este fenómeno trasciende la acción individual, construyendo tejido social mediante redes de confianza y reciprocidad que fortalecen la democracia deliberativa. En el entorno actual, las organizaciones de la sociedad civil actúan como intermediarios cruciales entre el estado y los ciudadanos, facilitando la canalización de demandas y la vigilancia institucional. La eficacia de esta participación depende de la autonomía organizativa y la existencia de marcos legales habilitantes que protejan el espacio cívico. Cuando los ciudadanos se asocian, no solo resuelven problemas locales, sino que también desarrollan competencias cívicas y fomentan la inclusión de grupos marginados. La literatura reciente destaca que la vitalidad asociativa es un indicador clave de la salud democrática, ya que promueve la corresponsabilidad y reduce la polarización mediante el diálogo estructurado. Además, en tiempos de crisis, estas redes proporcionan soporte emocional y

logístico, demostrando una resiliencia comunitaria superior. Por ello, es imperativo que las políticas públicas fomenten este ecosistema, garantizando recursos y reconocimiento legal. La digitalización ha ampliado sus formas, permitiendo movilizaciones híbridas que redefinen los mecanismos tradicionales de representación y acercan la toma de decisiones a la base social. Como señalan los estudios contemporáneos, la participación asociativa es un motor de innovación social que requiere protección constante. (IDEA, 2023)

Dentro de una asociación solidarista la participación asociativa es el proceso por el cual los trabajadores se organizan voluntariamente para participar en la gestión, desarrollo y toma de decisiones que afecten el bienestar de todos, diferenciándose de otros modelos que se centran únicamente en la representación de intereses individuales.

El solidarismo promueve cooperación, responsabilidad y trabajo conjunto, con el objetivo de generar beneficios, económicos y sociales, esta participación asociativa no es sólo ser parte de la asociación sino también involucrase en los procesos democráticos como la asamblea, votaciones, comités y aportación de ideas para crecimiento y mejora de servicios, fomentando así la transparencia en su gestión, permitiendo que las decisiones que toma la Junta Directiva considere las necesidades reales de los asociados contribuyendo a la construcción de redes de confianza y colaboración.

2.2.9. Satisfacción laboral

La satisfacción laboral se conceptualiza como el estado afectivo positivo que emerge de la evaluación cognitiva y emocional que un trabajador realiza sobre su experiencia profesional, considerando tanto las condiciones materiales del empleo como las relaciones interpersonales en el entorno organizacional” (Quispe et al., 2023).

Este constructo multidimensional integra factores intrínsecos, como el sentido de propósito y el reconocimiento profesional, con elementos extrínsecos, tales como la remuneración equitativa y la estabilidad contractual. En la gestión contemporánea de “recursos

humanos”, la satisfacción laboral trasciende el bienestar individual para convertirse en un indicador estratégico de la salud organizacional, influyendo directamente en la productividad, la innovación y la retención del talento. Las organizaciones que implementan políticas de escucha activa, desarrollo profesional y equilibrio vida-trabajo observan niveles superiores de compromiso y menores índices de rotación voluntaria. Asimismo, la literatura académica reciente destaca que un clima organizacional favorable actúa como mediador esencial en la construcción de esta satisfacción, promoviendo la confianza institucional y la colaboración interdepartamental. Por tanto, medir sistemáticamente este indicador mediante instrumentos validados permite a los líderes ajustar intervenciones precisas que fortalezcan la experiencia del empleado. En un contexto de transformación digital y exigencias cambiantes, priorizar la satisfacción laboral resulta fundamental para construir organizaciones resilientes, éticas y sostenibles a largo plazo. (Quispe, 2023)

Desde la perspectiva del modelo solidarista la satisfacción laboral puede verse fortalecida mediante beneficios y servicios que reciben los trabajadores a través de la asociación cuyo objetivo es mejorar su calidad de vida, a través de elementos como el crédito, programadas de bienestar, ahorro, apoyo en emergencias o beneficios sociales los cuales contribuyen que los colaboradores perciban respaldo y seguridad de la organización, generando un ambiente de confianza y compromiso.

2.2.10. Seguridad financiera

La seguridad financiera se conceptualiza como:

“...La capacidad de los individuos y hogares para mantener estabilidad económica frente a imprevistos, garantizando el acceso a recursos que permitan cubrir necesidades básicas, gestionar deudas responsables y planificar el futuro con certidumbre (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2023). Este constructo multidimensional integra conocimientos financieros, comportamientos prudentes y actitudes proactivas hacia el ahorro, la inversión y

la protección ante riesgos. En el contexto actual, marcado por la digitalización de servicios bancarios y la volatilidad de mercados, la seguridad financiera trasciende la mera acumulación de activos para convertirse en un indicador de bienestar integral y resiliencia socioeconómica. Las personas que desarrollan competencias financieras sólidas tienden a tomar decisiones más informadas, reducir niveles de estrés económico y fortalecer su autonomía en la gestión patrimonial. Asimismo, la literatura reciente destaca que la inclusión financiera y la educación monetaria son pilares fundamentales para construir seguridad a largo plazo, especialmente en poblaciones vulnerables. La falta de preparación ante crisis imprevistas puede derivar en endeudamiento excesivo y exclusión de sistemas formales. Por ello, las políticas públicas deben priorizar programas de alfabetización financiera accesibles y adaptados a diversos contextos culturales. Medir sistemáticamente este indicador permite diseñar intervenciones efectivas que promuevan equidad y sostenibilidad. En definitiva, fomentar la seguridad financiera es esencial para construir sociedades más justas, estables y preparadas ante la incertidumbre global. (Development, 2023)

En el mundo laboral, la seguridad financiera no depende exclusivamente del ingreso salarial, sino también de las oportunidades que poseen los colaboradores para acceder a instrumentos que fortalezcan su estabilidad económica, es así como las asociaciones solidaristas favorecen esta seguridad mediante herramientas como el acceso a créditos a tasas atractivas, ahorros, generación de excedentes y al respaldo económico.

2.2.11. Cultura organizacional solidaria

La cultura organizacional solidaria se define como el conjunto de valores, prácticas y relaciones que promueven la cooperación, la reciprocidad y el compromiso colectivo dentro de una entidad, priorizando el bienestar común sobre el interés individual (Eynaoud & França Filho, 2023).

Este enfoque transforma la gestión tradicional al integrar principios de economía solidaria, gobernanza participativa y sostenibilidad socioambiental en la toma de decisiones estratégicas.

“En el contexto actual, las organizaciones que adoptan esta cultura fomentan la confianza institucional, reducen la rotación de talento y fortalecen su legitimidad social ante grupos de interés diversos. La solidaridad organizacional no implica renunciar a la eficiencia, sino redefinirla mediante indicadores que valoran el impacto humano y ecológico junto con los resultados financieros. Además, este modelo facilita la innovación social al crear espacios seguros para la experimentación colaborativa y el aprendizaje continuo. Para implementarla, es esencial desarrollar liderazgos distribuidos, canales de comunicación transparentes y mecanismos de reconocimiento mutuo. Medir sistemáticamente estos aspectos permite ajustar intervenciones que consoliden una identidad organizacional ética y resiliente. En definitiva, construir una cultura solidaria es clave para enfrentar desafíos globales con respuestas colectivas y sostenibles”. (Eynaud, 2023)

Desde el pensamiento solidarista, la cultura organizacional solidaria se fundamenta en principios de solidaridad, participación, confianza y responsabilidad entre la empresa y los colaboradores, construyendo relaciones equilibradas donde ambas partes contribuyen con el desarrollo de la organización y el bienestar a los asociados, promoviendo la participación en iniciativas que impulsan el mejoramiento de la calidad de vida, además de fomentar espacios de diálogo, participación y apoyo.

2.2.12. Conocimiento institucional

El conocimiento institucional representa el acervo acumulado de información, experiencias y procesos que residen dentro de una organización, permitiendo la continuidad operativa y la toma de decisiones informada. Este activo intangible incluye tanto el saber explícito documentado como el conocimiento tácito compartido entre miembros, siendo vital para la memoria organizacional.

Según Hislop et al. (2022),

“La gestión efectiva de este conocimiento es crucial para evitar la pérdida de competencias clave durante transiciones de personal y para fomentar la innovación sostenida. Las entidades que sistematizan su conocimiento institucional logran mayor adaptabilidad frente a cambios del mercado, reduciendo la dependencia de individuos específicos. Ignorar su cuidado provoca fragmentación operativa y errores repetitivos que afectan la eficiencia global. Por tanto, es fundamental implementar sistemas que capturen, almacenen y distribuyan este saber colectivamente. Esto asegura la resiliencia y el aprendizaje continuo institucional a largo plazo, transformando la experiencia individual en patrimonio colectivo para la sostenibilidad estratégica”.
(Hislop, 2022)

2.2.13. Desarrollo socioeconómico

El desarrollo económico se conceptualiza como el proceso multidimensional que mejora el bienestar material y la calidad de vida de una población mediante el crecimiento sostenido de la producción, la diversificación productiva y la reducción de desigualdades estructurales (Stiglitz et al., 2022).

Este enfoque trasciende el simple aumento del PIB para incorporar indicadores de inclusión social, sostenibilidad ambiental y fortalecimiento institucional. En el contexto global actual, el desarrollo requiere políticas que fomenten la innovación tecnológica, la inversión en capital humano y la transición hacia economías bajas en carbono. Las naciones que priorizan estas dimensiones logran mayor resiliencia ante crisis externas y distribuyen mejor los frutos del crecimiento. Ignorar los aspectos distributivos puede generar exclusión y conflictos que limitan el progreso a largo plazo.

“Por ello, medir el desarrollo exige métricas integrales que capturen tanto la prosperidad material como las libertades humanas. Fomentar este enfoque

holístico es esencial para construir sociedades prósperas, justas y sostenibles en el siglo XXI” (Stiglitz, 2022)

2.3. EL MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se detalla la principal información de la asociación

2.3.1. *Britt*

En 1970, en una gira como mochilero, Steve Aronson pasó por Costa Rica y quedó enamorado de ese país centroamericano, de gran diversidad natural y gente cordial. No pasó mucho tiempo antes de que el estadounidense se estableciera en esa tierra; y en 1985 decidió emprender un negocio por el que nadie apostaba: ser el primer tostador de café gourmet, bajo el nombre Café Britt. Esta marca generó un cambio total en la industria del café costarricense, pues en ese tiempo todo el grano de buena calidad era exportado a grandes distribuidores internacionales. Café Britt se convirtió en el café gourmet por excelencia, que llegó inicialmente de taza en taza a turistas extranjeros en hoteles típicos y, poco a poco, se fue convirtiendo en una de las marcas más queridas de los costarricenses. Pronto, inició el camino de la expansión. La innovación en Britt ha sido el caballo de batalla. En el año 2000 lanzó el grano de café cubierto de chocolate, que marcó el inicio de una exitosa expansión de su línea "Chocolates Britt", con centros de café, frutos tropicales y nueces. Un año después, Café Britt llegó al Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, en Costa Rica, con su primera Britt Shop, un innovador concepto de tienda de regalos caracterizado por los atributos de la marca: calidad, servicio al cliente, productos Britt y un fuerte sentimiento de pertenencia. (E&N, 2026).

“Con presencia multilocal en 11 países, hemos capturado la esencia gourmet de cada lugar para integrarla en un portafolio vivo, diverso y en constante evolución.

Fuimos pioneros en comercio electrónico, creamos el primer Coffee Tour de la región — hoy, la obra de teatro con más funciones activas del mundo desde 1991—, y diseñamos un

modelo de retail y hospitalidad que incluye cafeterías propias, un portafolio de más de 500 productos de café y chocolates gourmet y nuevas formas de conexión. (Britt, Café Britt , 2026)

Hemos diversificado y dinamizado la manera en que se disfruta el café en todo el país, convirtiendo la experiencia cotidiana en algo memorable, con diseño y precisión.”

El Grupo Britt continúa su crecimiento en Costa Rica y, con el fin de fortalecer su negocio, se ha dividido en dos divisiones: Café & Chocolates Britt (Britt Coffee & Chocolates) y Morpho Travel Retail.

Café & Chocolates Britt continuará gestionando todo lo relacionado con los productos de café y chocolate, con conceptos como Britt Espresso, Chocolatería Britt Café & Bakery y Coffee Tour, entre otros, bajo la dirección de su CEO, Philippe Aronson.

Morpho Travel Retail asumirá la gestión de todos los negocios dirigidos a viajeros, como Britt Shop, Morpho, Travel Zone, Travel Market, X-Plora ooks, EmeraldMe, Rumbo Sur y Mercadito Gourmet, bajo la dirección de su CEO, Adriana Echandi.

El Grupo Britt prevé un crecimiento anual del 12,5%, lo que se traduce en un volumen de ventas de 300 millones de dólares estadounidenses, una cifra inferior al promedio de los últimos cinco años. Britt se fundó hace 25 años y actualmente opera en 13 países. (Star, 2026)

2.3.2. Historia de la asociación solidaria.

El 19 de setiembre de 1999 la iniciativa de un grupo de trabajadores y el apoyo de la empresa Café Britt hicieron posible el nacimiento de esta organización social que hoy conocemos como ASOBRITT, que acumula a la fecha 27 años de existencia.

2.3.3. Misión

Ser una Asociación enfocada a satisfacer de una manera rápida, simple y efectiva las necesidades básicas de nuestros asociados y sus aspiraciones de índole personal y familiar.

2.3.4. Valores

Solidaridad: Es el principio fundamental del solidarismo, mediante el cual trabajadores y patronos cooperan de forma voluntaria, responsable y equitativa para mejorar la calidad de vida de las personas asociadas, fomentando el bienestar común, la ayuda mutua y el desarrollo social y económico, tal como lo inspira la Ley 6970.

Integridad: Actuamos con honestidad, transparencia y apego al marco legal, garantizando una administración ética y responsable de los recursos de la asociación, en cumplimiento de los deberes y principios establecidos por la Ley de Asociaciones Solidaristas.

Excelencia: Buscamos una gestión eficiente, responsable y orientada a la mejora continua en todos los servicios y beneficios ofrecidos, procurando el uso óptimo de los recursos y el fortalecimiento permanente de la asociación en beneficio de sus personas asociadas.

Pasión: Demostramos compromiso, vocación de servicio y sentido de pertenencia, trabajando con entusiasmo y convicción para cumplir los fines sociales, económicos y humanos que promueve la Ley 6970.

Respeto: Fomentamos relaciones laborales y asociativas basadas en la dignidad humana, el diálogo, la tolerancia y la convivencia armónica entre personas trabajadoras, patronos y órganos de la asociación, conforme al espíritu conciliador del solidarismo.

Igualdad: Garantizamos un trato justo, equitativo y sin discriminación para todas las personas asociadas, asegurando igualdad de derechos, deberes y oportunidades, en concordancia con los principios democráticos y sociales que rigen la Ley 6970.

2.3.5. Objetivos

Administrar de una manera eficiente y rentable los recursos de los asociados agregando valor al patrimonio de cada uno de ellos que le aseguren su valor en el futuro.

Contribuir en la calidad de vida de nuestros asociados a través de servicios que llenen sus necesidades y aspiraciones personales y familiares.

2.3.6. Ubicación

ASOBRITT, se encuentra ubicada en Oficinas Centrales de Café Britt, en Heredia, Mercedes Norte, 500 norte y 400 oeste del Automercado. Rodeado de hermosos jardines y zonas verdes.

Ilustración 1.

Ubicación de ASOBRITT, OC, Café Britt



Fuente: (Britt, MIRANDO HACIA ATRÁS 30 AÑOS: CAFÉ, COSTA RICA Y PURA VIDA, 2026)

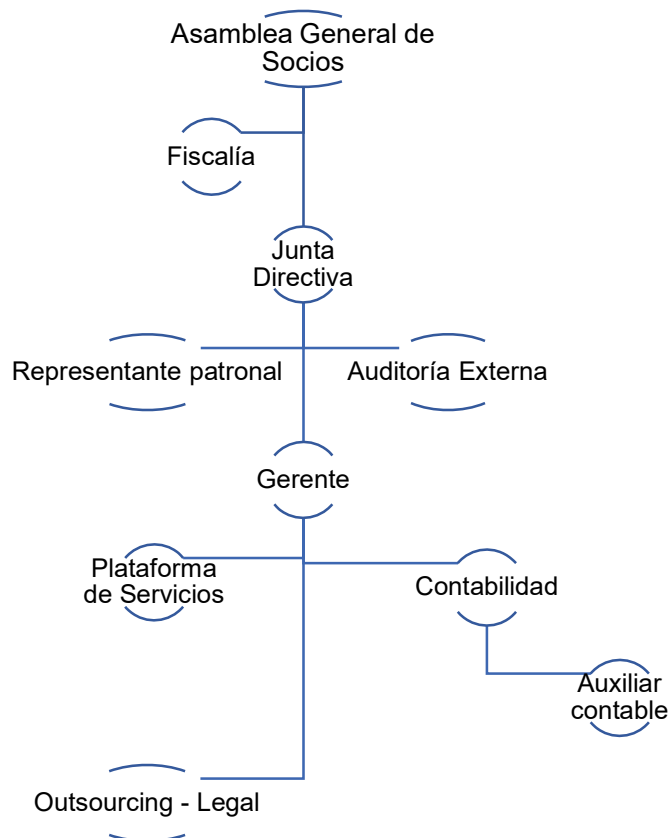
2.3.1. Proceso afiliación

Como política de las empresas de Grupo Arribada, N.V., los colaboradores pueden asociarse a la asociación desde el primer día de ingresar a laborar, es así como los departamentos de Recursos Humanos programan inducciones presenciales y virtuales donde se invita a la administración de ASOBRITT, para que imparta una charla de concientización del porque la importancia de ser asociado y aprovechar el gran beneficio que otorga el patrono.

2.3.2. Estructura organizativa

Ilustración 2

Organigrama ASOBRITT



Fuente: Elaboración propia, 2026

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3. ENFOQUE

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto, que combina métodos cuantitativos y cualitativos para analizar el modelo solidarista como instrumento de responsabilidad social empresarial y su impacto en el bienestar de los asociados.

La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. (Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación Plus, 2023)

La investigación de enfoque mixto representa un paradigma metodológico robusto que trasciende la tradicional entre los métodos cuantitativos y cualitativos, integrándolos sistemáticamente para lograr una comprensión más profunda, completa y contextualizada de los fenómenos estudiados. Este enfoque no implica simplemente la yuxtaposición mecánica de datos numéricos y narrativos, sino una mezcla intencional y filosóficamente fundamentada en alguna etapa del proceso investigativo ya sea en la recolección, el análisis o la interpretación, con el fin de aprovechar las fortalezas de ambas tradiciones mientras se mitigan sus debilidades individuales.

Según Creswell y Guetterman (2024), la esencia de este diseño radica en la capacidad del investigador para recopilar y analizar datos de manera simultánea o secuencial, permitiendo que los resultados de una metodología informen, validen y enriquezcan significativamente a la otra. Esto facilita la triangulación de hallazgos, la expansión del alcance del estudio y la explicación detallada de relaciones complejas que un solo método no podría desvelar por sí solo. Por ejemplo, los datos cuantitativos pueden identificar tendencias generales y patrones estadísticos en una población amplia, mientras que los componentes cualitativos exploran las razones subyacentes, significados y experiencias detrás de esas tendencias desde la perspectiva íntima de los participantes. Así, la investigación mixta fomenta una visión holística, validando

conclusiones mediante la convergencia de evidencias diversas bajo un marco pragmático. Es fundamental que el diseño se justifique teóricamente, asegurando que la integración responda coherentemente a las preguntas de investigación planteadas, ya sea mediante diseños convergentes, explicativos o exploratorios. En consecuencia, este enfoque se ha consolidado como una herramienta esencial en las ciencias sociales, educativas y de la salud, promoviendo rigor metodológico y relevancia práctica al abordar problemas multidimensionales con la flexibilidad necesaria para capturar la complejidad de la realidad humana contemporánea y generando implicaciones más sólidas para la toma de decisiones en contextos aplicados. (Creswell, 2024).

Es así como desde la perspectiva cuantitativa, se recopilarán datos que sean medibles relacionados con variables como satisfacción, beneficios percibidos, participación y condiciones socioeconómicas de los asociados, sin dejar de lado el enfoque cualitativo el cual permitirá comprender las percepciones de los mismos, las experiencias y cuánto valor tiene para ellos el modelo solidarista, y cómo ha influido este en su bienestar integral, tal como lo hace referencia la Ley N.º 6970: Ley de asociaciones solidaristas en su Artículo 1º. Las asociaciones solidaristas son organizaciones sociales que se inspiran en una actitud humana, por medio de la cual el hombre se identifica con las necesidades y aspiraciones de sus semejantes. (Rica, 1984)

3.1.1. INVESTIGACIÓN ACCIÓN

La investigación-acción se define como un enfoque metodológico dentro de las ciencias sociales que integra la acción y la reflexión para resolver problemas prácticos inmediatos mientras se genera conocimiento teórico. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2022), este proceso es cíclico y espiral, donde los investigadores no son observadores externos, sino participantes activos que buscan transformar su propia realidad educativa o social. A diferencia de la investigación tradicional, su objetivo principal no es solo explicar fenómenos, sino mejorar prácticas específicas mediante la implementación de cambios planificados y la evaluación continua de sus efectos. Este método fomenta la colaboración entre los sujetos involucrados,

promoviendo un aprendizaje organizacional y empoderamiento. Generalmente, sigue fases de planificación, acción, observación y reflexión crítica. La validez de los hallazgos reside en su utilidad práctica y en la capacidad de los participantes para comprender y modificar su contexto. Por tanto, la investigación-acción representa una herramienta fundamental para la innovación, permitiendo que los profesionales desarrollen un juicio crítico sobre su quehacer diario. En esencia, constituye un puente entre la teoría y la práctica, donde la mejora continua es el resultado directo de la indagación sistemática realizada por quienes experimentan la situación problemática, garantizando así la relevancia social del conocimiento producido en cada ciclo iterativo. (Hernández-Sampieri R. &, 2022)

Esta investigación se realiza dentro de la investigación acción debido a que no solo pretende analizar una situación sino también aportar información que permita identificar fortalezas, debilidades y oportunidades relacionadas al modelo solidarista, buscando siempre contribuir y fortalecer su impacto en el bienestar de los asociados y a la responsabilidad social empresarial de la asociación.

3.1.2. Positivista:

El enfoque positivista constituye un paradigma filosófico y metodológico que sostiene que el conocimiento auténtico solo proviene de la experiencia sensible y la observación empírica verificable. Según Hernández-Sampieri & Mendoza (2022), esta perspectiva asume que la realidad es objetiva, única y tangible, existiendo independientemente del observador, lo que permite su medición y análisis mediante métodos cuantitativos rigurosos. Bajo esta visión, la ciencia debe imitar el modelo de las ciencias naturales, buscando establecer leyes universales y relaciones causales entre variables mediante la experimentación controlada y la estadística. El investigador mantuvo una postura neutral y distante para evitar sesgos, priorizando la objetividad sobre la subjetividad. El objetivo final no es solo comprender los fenómenos, sino predecirlos y controlarlos para mejorar la eficiencia social o tecnológica. Aunque ha recibido críticas por ignorar contextos subjetivos, el positivismo sigue siendo fundamental en disciplinas que requieren datos

duros y replicabilidad. En síntesis, representa la confianza en la razón científica y la evidencia observable como únicos caminos válidos para alcanzar la verdad, estructurando el método científico tradicional basado en la hipótesis, la prueba y la confirmación fáctica de los fenómenos estudiados en cualquier contexto investigativo. Su legado perdura en la validación de teorías mediante rigurosa evidencia empírica. (Hernández-Sampieri R. &, 2022)

Desde la perspectiva del autor esta investigación se orientará en recopilar información objetiva que permita medir el impacto del modelo solidarista en los asociados de ASOBRITT, utilizando instrumentos tales como cuestionarios estructurados que faciliten obtener datos cuantificables sobre diferentes temas como satisfacción, percepción, beneficios, comunicación y participación, permitiendo con esto identificar tendencias y relaciones entre variables, los cuales serán base para sustentar los resultados y conclusiones de la investigación.

3.1.3. Interpretativa:

El enfoque interpretativo constituye un paradigma fundamental en las ciencias sociales que prioriza la comprensión profunda de los fenómenos desde la perspectiva de los participantes. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2022), este enfoque asume que la realidad no es un hecho externo objetivo, sino una construcción social múltiple basada en significados compartidos y experiencias subjetivas. A diferencia de los métodos cuantitativos, no busca medir variables ni establecer leyes universales, sino explorar la complejidad de las interacciones humanas dentro de su contexto natural. El investigador actúa como un instrumento clave, involucrándose directamente con los sujetos para captar sus visiones del mundo mediante técnicas cualitativas como entrevistas en profundidad o grupos focales. El objetivo principal es entender el "por qué" y el "cómo" de las acciones, valorando la subjetividad como fuente legítima de conocimiento. Este proceso es inductivo y flexible, adaptándose continuamente a la emergente realidad estudiada. En esencia, el enfoque interpretativo permite desentrañar las motivaciones, creencias y culturas que subyacen en el comportamiento humano, ofreciendo una riqueza descriptiva que los datos numéricos no pueden revelar. Facilita así una comprensión holística y contextualizada

de los problemas sociales investigados, reconociendo que el conocimiento se genera en la interacción dinámica entre el investigador y el entorno social estudiado. (Hernández-Sampieri R. &, 2022).

Este enfoque se incorpora en la investigación con el fin de comprender las experiencias y opiniones de los asociados respecto al modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial, enfocándose en la realidad de la asociación basados en técnicas cualitativas las cuales buscaran conocer como los asociados perciben el trabajo que realiza la administración de la asociación solidarista en pro del bienestar común.

Los métodos mixtos logran obtener una mayor variedad de perspectivas del fenómeno: frecuencia, amplitud y magnitud (cuantitativa), así como profundidad y complejidad (cualitativa); generalización (cuantitativa) y comprensión (cualitativa). Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) la denominan “riqueza interpretativa”. Miles y Huberman (1994) la caracterizan como “mayor poder de entendimiento”. Harré y Crystal (2004) lo explican de este modo: conjuntamos el poder de medición y nos mantenemos cerca del problema analizado. Cada método (cuantitativo y cualitativo) proporciona una visión, “fotografía” o “trozo” de la realidad (Lincoln y Guba, 2000). (Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación Plus, 2023)

3.1.4. Crítica:

El enfoque crítico representa un paradigma investigativo que trasciende la descripción o interpretación de la realidad, buscando su transformación mediante la concientización y acción política. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2022), este enfoque asume que la realidad está mediada por estructuras de poder, ideologías dominantes y relaciones de desigualdad que oprimen a grupos sociales. A diferencia de otros paradigmas, el investigador no se mantuvo neutral, sino que asume un compromiso ético y político con los participantes para promover la emancipación y justicia social. El conocimiento se genera a través de la praxis, uniendo teoría y práctica para cuestionar el status quo. Se fundamenta en una dialéctica entre la reflexión teórica y la acción transformadora. Su objetivo no es solo comprender el mundo, sino cambiarlo,

empoderando a las comunidades para que identifiquen y resuelvan sus problemáticas estructurales. Utiliza métodos participativos y dialógicos que fomentan la reflexión crítica sobre las condiciones históricas y culturales. En esencia, este enfoque valida la investigación como una herramienta de cambio social, donde la validez de los hallazgos se mide por su capacidad para generar conciencia crítica y alterar las relaciones de poder establecidas, promoviendo una sociedad más equitativa y libre de opresiones en el contexto estudiado. (Hernández-Sampieri R. &., 2022).

La perspectiva del enfoque crítico permite analizar el modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial desde una visión reflexiva, considerando posibles áreas de mejora dentro de la asociación solidarista, dado que este enfoque no se limita con describir la realidad, si no que busca identificar aspectos que fortalezcan para lograr un impacto en el bienestar de los asociados, buscando con esto formular recomendaciones que contribuyan con el desarrollo de prácticas organizacionales más participativas, equitativas y coherentes con los principios de responsabilidad social empresarial.

3.2. UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO

3.2.1. Población

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones y que resulta de interés para una investigación en particular de acuerdo con el planteamiento del problema. Una deficiencia que se presenta en algunos trabajos de investigación es que no describen lo suficiente las características de la población o consideran que la muestra la representa de manera automática. Por ello, es preferible establecer tales características con claridad con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros muestrales. (Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación Plus, 2023).

Para efectos de este estudio, la población está conformada por los asociados activos de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt S.A. y Afines (ASOBRITT), los cuales

hacienden a 650 personas en el mes de enero de 2026., que corresponden a un 95% de los colaboradores de Britt (dato presentado en informe de Presidencia, Asamblea 2025). Estos asociados constituyen la totalidad del universo de interés, ya que participan directa o indirectamente del modelo solidarista analizado y experimentan sus efectos en el bienestar laboral y social. Por la naturaleza de este tipo de entidades se da un ingreso y salida de asociados, por esta razón se limita única y exclusivamente a esta base de datos del mes de enero.

Como respaldo documental, se incluirá un anexo de la base del sistema CODEAS utilizado por la asociación solidarista, resguardando la confidencialidad evitando la divulgación de datos personales sensibles.

3.2.2. Tipo de muestreo

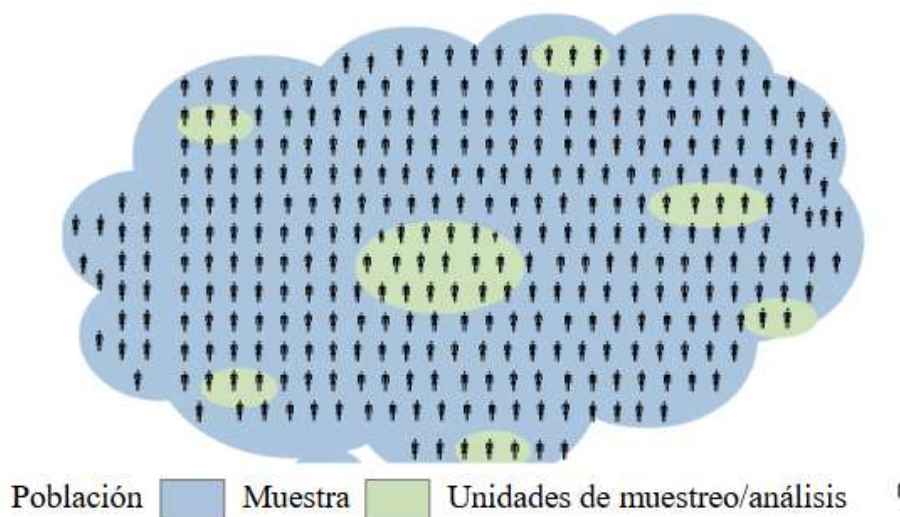
Para poder definir este concepto es importante entender que

“Una muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (de manera probabilística, para que puedas generalizar los resultados encontrados en la muestra a la población)”. (Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación Plus, 2023).

El universo o población es definido o, al menos perfilado, desde el planteamiento del problema, por esta razón es que se aplica un modelo probabilístico, lo que permite extraer de manera exacta un número menor pero que es representativo y que el mismo permite poder inferir los resultados a la población manteniendo un nivel de confianzas y un margen de error en el pro de salvaguardar los datos y las futuras tomas de decisiones que provengan como resultado de este estudio.

Ilustración 3

Representación de una muestra como subgrupo.



Fuente: (Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación Plus, 2023).

3.2.3. ***Muestra probabilística aleatoria simple al azar***

La muestra probabilística aleatoria simple al azar constituye una técnica fundamental en la investigación cuantitativa, donde cada elemento de la población tiene una probabilidad igual y conocida de ser seleccionado para formar parte del estudio. Este método garantiza la ausencia de sesgos sistemáticos en la selección, permitiendo que los resultados obtenidos sean generalizables al universo total con un margen de error calculable.

Según Saunders et al. (2023),

“...La validez estadística de este enfoque radica en la independencia de las selecciones, lo que implica que la elección de un individuo no influye en la probabilidad de elegir a otro, asegurando así la representatividad estructural del conjunto. Para implementar este muestreo, es indispensable contar con un marco muestral completo y actualizado, utilizando mecanismos como tablas de números

aleatorios o generadores digitales que certifiquen el azar puro. Su aplicación es crítica en estudios descriptivos y explicativos donde la inferencia paramétrica requiere supuestos de normalidad y aleatoriedad estricta. Aunque puede resultar costoso en poblaciones muy dispersas, la rigurosidad que aporta a la estimación de parámetros poblacionales justifica su uso cuando la precisión es prioritaria. Los investigadores deben documentar el procedimiento de randomización para asegurar la replicabilidad. Además, este enfoque facilita el cálculo de intervalos de confianza, esenciales para interpretar la fiabilidad de los datos recolectados y evitar errores de cobertura. En conclusión, este tipo de muestreo es el estándar de oro para la inferencia estadística, proporcionando la base sólida necesaria para validar hipótesis y tomar decisiones basadas en evidencia empírica confiable y objetiva en el contexto científico actual. (Saunders, *Research methods for business students* (9.ª ed.), 2023)

Este método se considera uno de los más rigurosos dentro de la investigación, ya que elimina sesgos de selección y permite aplicar procedimientos estadísticos con confiabilidad.

En las muestras probabilísticas, todas las unidades, casos o elementos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos. (Hernández Sampieri, *Fundamentos de investigación*, 2025)

De esta manera se da el rigor estadístico a esta investigación y se promete que los datos tienen una base estadística sólida y que su análisis será pertinente para las recomendaciones o conclusiones que se generen.

3.2.4. Cálculo de la muestra

Ilustración 4

Formula de la muestra aleatoria simple al azar

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

$$\left(\frac{650 \times 3,84 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 \times (649) + (3,84 \times 0,5 \times 0,5)} \right) = n$$

$$\frac{2496 \times 0,25}{1,6225 + (3,84 \times 0,25)} = n$$

$$\frac{624}{1,6225 + 0,96} = n$$

$$\frac{624}{2,5825} = n$$

$$241,6263311 = n$$

$$242 = n$$

Fuente: *Elaboración propia, 2026*

La ilustración muestra la formula estadística utilizada para determinar el tamaño de la muestra cuando se trabaja con poblaciones grandes, permitiendo determinar cuántas personas se deben utilizar en el estudio para que los resultados que se desean obtener sean representativos de la población total.

La muestra aleatoria simple al azar es una técnica de muestreo probabilístico donde cada elemento de la población tiene una probabilidad igual e independiente de ser seleccionado. Este método elimina sesgos de selección y permite generalizar resultados al universo estudiado con un margen de error controlado.

Según McCombes (2023), “su fortaleza radica en la independencia de las selecciones, garantizando que la elección de un individuo no influya en otra, lo que asegura representatividad

estadística. Para su implementación, se requiere un marco muestral completo y el uso de generadores aleatorios digitales que certifiquen el azar. Aunque puede ser costoso en poblaciones dispersas, su rigurosidad lo hace ideal para estudios cuantitativos que exigen inferencia paramétrica. Además, facilita el cálculo de intervalos de confianza y pruebas de hipótesis, fundamentales para validar hallazgos. Documentar el proceso de randomización es esencial para la replicabilidad. En síntesis, esta técnica constituye el estándar metodológico para obtener evidencia empírica confiable, objetiva y generalizable en investigación científica contemporánea". (McCombes, 2023)

Tabla: 1

Definición de las variables utilizadas para el cálculo de la muestra

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	DEFINICIÓN TÉCNICA
n	Tamaño de la muestra (sample size)	es el número de observaciones que se deben seleccionar
N	Tamaño de la población (population size)	representa el total de elementos en la población finita
Z	Valor Z (z-score)	valor obtenido de la tabla de distribución normal estándar según el nivel de confianza deseado (por ejemplo, 1.96 para 95% de confianza)
p	Proporción estimada (estimated proportion)	es la proporción estimada de la población que tiene el atributo en cuestión. Cuando se desconoce, se usa 0.5 (50%) como valor conservador
q	Complemento de p	Se calcula como $q = 1 - p$
e	Margen de error (margin of error)	es el nivel de precisión deseado, también llamado nivel de error aceptable

Fuente: Elaboración propia, 2026

3.3. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.3.1. *Cuestionario*

Un cuestionario es un instrumento de investigación estructurado diseñado para recopilar datos estandarizados de una muestra específica mediante preguntas sistemáticas. Esta herramienta permite cuantificar opiniones, comportamientos y características demográficas, facilitando el análisis estadístico de patrones sociales.

Según Saunders et al. (2023):

“El diseño efectivo requiere claridad en la redacción, orden lógico y validación previa para asegurar la fiabilidad de los resultados. Su implementación puede ser presencial o digital, adaptándose a los recursos disponibles. La calidad de la información depende directamente de la construcción cuidadosa de los ítems, evitando sesgos que distorsionen las respuestas. Por tanto, es fundamental realizar pruebas piloto antes del despliegue masivo. En la investigación contemporánea, el cuestionario sigue siendo una metodología central para la toma de decisiones basada en evidencia empírica robusta. Este método optimiza la recolección de información. Es muy vital para medir variables latentes y observar tendencias poblacionales con precisión científica”. (Saunders, *Research methods for business students* (9th ed.), 2023)

El cuestionario que se realizó fue dirigido a los asociados de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica, S.A. y Afines, esto con el fin de recopilar la mayor información posible relacionada con el modelo solidarista, las prácticas de responsabilidad social empresarial, bienestar de los asociados y el grado de conocimiento que poseen sobre el mismo. El instrumento fue conformado por preguntas cerradas, utilizando la escala tipo Likert, la cual se define como, instrumento de medición psicométrica ampliamente utilizado en investigación

cuantitativa para evaluar actitudes, percepciones y opiniones mediante ítems con respuestas graduadas. (Taherdoost, 2022), dicha escala se utilizó mediante los siguientes ítems;

1. Totalmente de Acuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de Acuerdo

Tabla: 2

Definición de las variables utilizadas para el cuestionario

OBJETIVO	VARIABLE	PREGUNTA
<p>a) Identificar las principales características del modelo solidarista aplicadas en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines</p>	<p>Las principales características del modelo solidarista aplicadas a la asociación solidarista</p>	<p>Características del modelo Solidarista</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera usted que la asociación solidarista promueve la solidaridad entre los asociados? 2. ¿Conoce usted que la asociación le brinda la posibilidad de realizar ahorros? 3. ¿Considera usted que los beneficios que ofrece la asociación son accesibles para todos los asociados? 4. ¿Para usted la asociación promueve la cooperación entre trabajadores y la empresa? 5. ¿Considera usted que las decisiones de la asociación buscan el bienestar colectivo de los asociados? 6. ¿Considera usted que la asociación contribuya al desarrollo económico de sus asociados? (por ejemplo, con opciones de crédito para vivienda)
<p>b) Describir las prácticas existentes de Responsabilidad Social Empresarial en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines.</p>	<p>Prácticas existentes de Responsabilidad Social Empresarial</p>	<p>Prácticas de Responsabilidad Social</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Para usted la asociación desarrolla programas que contribuyen al bienestar social de los asociados (por ejemplo, ferias de salud) 2. ¿Considera usted que las actividades de la asociación promueven valores como solidaridad, ayuda mutua y responsabilidad? 3. Considera usted que la asociación realiza acciones que contribuyen al bienestar de los asociados (por ejemplo, tasas más bajas) 4. ¿Para usted la asociación promueve el uso responsable de los recursos y una gestión transparente? 5. ¿Considera usted que las actividades de la asociación reflejan compromiso con el bienestar de sus asociados?
<p>c) Evaluar el impacto del modelo solidarista en el bienestar de los asociados.</p>	<p>Impacto del modelo solidarista en el bienestar de los asociados</p>	<p>Impacto del modelo solidarista en el bienestar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera usted que pertenecer a la asociación ha contribuido a mejorar su bienestar económico? 2. ¿Considera usted que los servicios de la asociación han contribuido a mejorar su calidad de vida? 3. ¿Considera usted que la asociación brinda apoyo en momentos de necesidad económica? (por ejemplo, becas, ayuda fúnebre) 4. ¿Considera usted que los beneficios que ofrece la asociación le generan mayor seguridad financiera? 5. ¿Considera usted que la asociación tiene un impacto positivo en el bienestar de los asociados? 6. ¿Qué otros servicios o actividades de bienestar le gustaría encontrar en la asociación?
<p>d) Analizar el grado de conocimiento que tienen los asociados sobre la contribución del modelo solidarista en su calidad de vida.</p>	<p>El grado de conocimiento que tienen los asociados</p>	<p>Conocimiento del modelo solidarista</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Conoce usted los principios del modelo solidarista? 2. ¿Conoce usted los beneficios que ofrece la asociación solidarista? 3. ¿Recibe usted información suficiente sobre las actividades y servicios de la asociación? 4. ¿Conoce usted cómo la asociación contribuye a mejorar la calidad de vida de los asociados? 5. ¿Considera usted que tiene un buen nivel de conocimiento sobre el funcionamiento de la asociación?

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN - ACCIÓN

4.1.1. *Planificar*

Como paso inicial para guiar el proceso de investigación, se ejecutó la siguiente ruta metodológica:

4.1.2. *Diseño y digitalización:*

Se realizó la creación y configuración de la encuesta mediante la plataforma Forms.

4.1.3. *Validación institucional:*

Revisión y aprobación formal del instrumento por parte de la Junta Directiva.

4.1.4. *Actuar*

El enlace de la encuesta fue distribuido a los sujetos de estudio a través de los medios de comunicación establecidos. Durante el período de aplicación, se realizó un monitoreo periódico de las respuestas recibidas con el fin de verificar el cumplimiento de los criterios de inclusión definidos para la investigación. Asimismo, se efectuó un proceso de depuración de la información, excluyendo aquellas respuestas que no cumplieran con las características requeridas y controlando la cantidad de participantes de acuerdo con el tamaño de muestra previamente establecido.

4.1.5. *Observar*

Una vez finalizada la encuesta, se procede a revisar y validar la información recopilada, con el fin de verificar que los datos estén completos, consistentes y libres de errores antes de iniciar su análisis.

4.1.6. *Reflexionar*

Se procesa la información mediante la creación de tablas y gráficos estadísticos, los cuales son analizados para estructurar y presentar los resultados finales.

4.2. GENERALIDADES DE LOS RESULTADOS

El apartado 4.1.2 expone las generalidades de los resultados obtenidos luego de la aplicación de la encuesta a los asociados de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica, S.A. y Afines.

De la población total de asociados dieron respuesta 247, siendo 5 individuos más que la muestra calculada, y estos sujetos de información son con los cuales se realiza un análisis descriptivo de la información recopilada, con el propósito de conocer el sentir de las personas asociadas en relación con las variables de estudio.

Los resultados se presentan mediante tablas, gráficos y análisis interpretativo en función de los objetivos planteados en la investigación.

Se utilizará para la interpretación de resultados la siguiente tabla:

Tabla 3.

Interpretación de promedios

Rango	Interpretación
1.00 – 1.80	Muy bajo
1.81 – 2.60	Bajo
2.61 – 3.40	Medio
3.41 – 4.20	Alto
4.21 – 5.00	Muy alto

Fuente: Elaboración propia, 2026

Con esta tabla se establecen los parámetros que permiten interpretar de manera más clara los resultados obtenidos, facilitando así una comprensión más precisa y objetiva del análisis cuantitativo.

4.2.1. Conocimiento del modelo solidarista

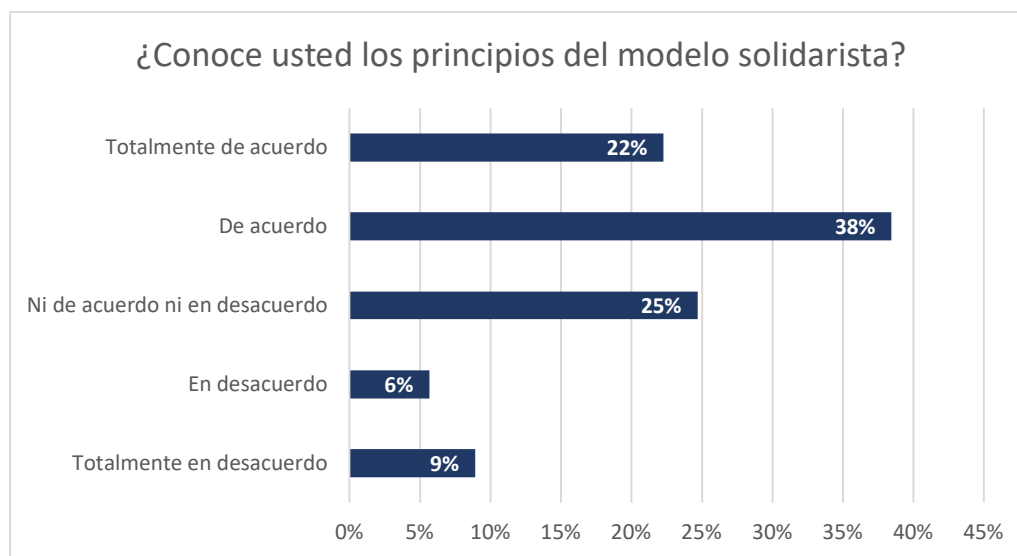
Tabla 4.

¿Conoce usted los principios del modelo solidarista?

Indicador del conocimiento del modelo solidarista	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	22	9%	22
En desacuerdo	2	14	6%	28
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	61	25%	183
De acuerdo	4	95	38%	380
Totalmente de acuerdo	5	55	22%	275
Grand Total		247	100%	888
Promedio Ponderado				3.60

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 5



Fuente: Elaboración propia, 2026

De acuerdo con los datos de la ilustración y tabla anterior, la mayoría de las personas encuestadas se ubican en la categoría “De acuerdo”, con 95 respuestas, seguido de “Totalmente de acuerdo” con 55 respuestas, lo que representa un 22% de respuestas positivas.

Por otro lado, un 25% de los asociados encuestados mantuvo una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, esto indica que muchos de ellos no tienen conocimiento sobre los principios del modelo solidarista, se observa que el 6% “En desacuerdo” y el 9% en “Totalmente en desacuerdo” suman un 15% de las respuestas negativas, presentando una percepción desfavorable.

Estos resultados en su mayoría positivos evidencian que los asociados presentan un nivel de conocimiento alto sobre el modelo solidarista presentando un promedio ponderado de 3.60, dado que 150 personas de las 247 manifiestan estar de acuerdo con la pregunta planteada, es importante tomar en cuenta que el porcentaje de respuestas neutrales y negativas da paso a oportunidades de mejora en la comunicación o comprensión del tema.

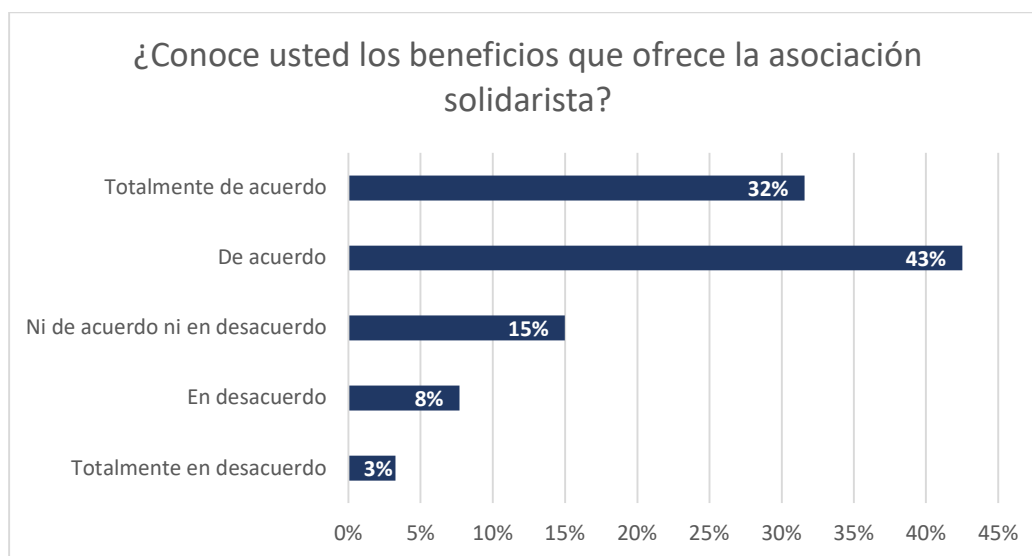
Tabla 5.

¿Conoce usted los beneficios que ofrece la asociación solidarista?

Indicador del conocimiento de los beneficios del modelo solidarista	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	8	3%	8
En desacuerdo	2	19	8%	38
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	37	15%	111
De acuerdo	4	105	43%	420
Totalmente de acuerdo	5	78	32%	390
Grand Total		247	100%	967
Promedio Ponderado				3.91

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 6



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Los resultados evidencian que el 43% de las personas asociadas están “De acuerdo”, en conocer los beneficios que ofrece la asociación solidarista y que un 32% de la población dice estar “Totalmente de acuerdo”, en conocerlos, lo que refleja una percepción altamente positiva, que abarca el 75% de respuestas enviadas.

Se observa un porcentaje menor en respuestas neutrales correspondiendo a 15% de las personas que indicaron “Ni de acuerdo, ni en desacuerdo”, evidenciando con este resultado que existe un grupo que aún no conoce los beneficios que ofrece la asociación.

En cuanto a las respuestas negativas, son poco representativas alcanzando un 11%, lo cual muestra una proporción baja de percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 3.91 lo que ubica el resultado obtenido en nivel Alto, lo que evidencia una percepción positiva que tienen los asociados sobre los beneficios ofrecidos por la asociación, sin dejar de lado la oportunidad de mejora en fortalecer la comunicación con el fin de lograr mayor aprovechamiento de los servicios que ofrece la asociación a todos sus asociados.

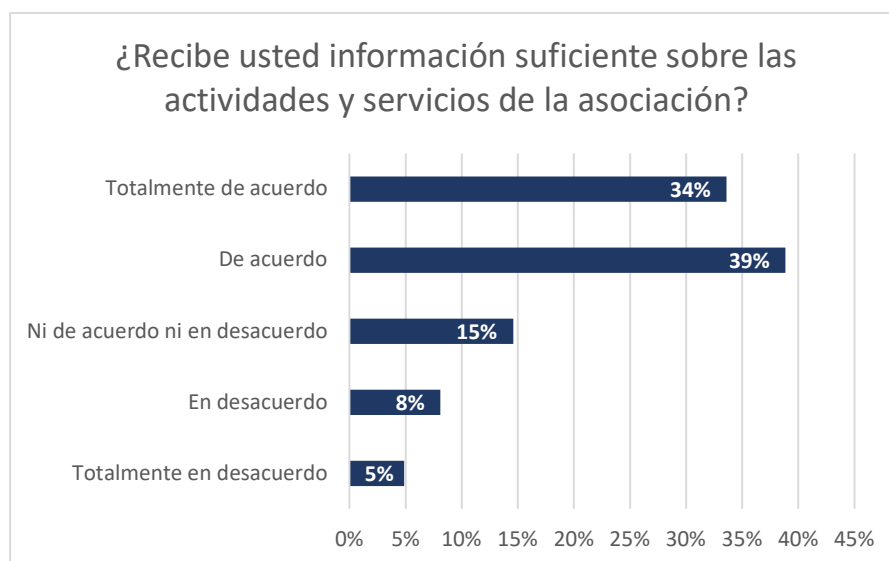
Tabla 6.

¿Recibe usted información suficiente sobre las actividades y servicios de la asociación?

Indicador del conocimiento sobre actividades y servicios de la asociación	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	12	5%	12
En desacuerdo	2	20	8%	40
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	36	15%	108
De acuerdo	4	96	39%	384
Totalmente de acuerdo	5	83	34%	415
Grand Total		247	100%	959
Promedio Ponderado				3.88

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 7



Fuente: Elaboración propia, 2026

Como se observa en la ilustración la mayor cantidad de las personas encuestadas se ubica en la categoría “De acuerdo” con un 39%, seguida por un “Totalmente de acuerdo” con un 34%, lo que representa un 73% de las respuestas positivas.

Por otro lado, un 15% de los asociados, mantuvo una posición “Ni de acuerdo, ni en desacuerdo”, lo que indica que 36 personas dicen no recibir suficiente información sobre las actividades y servicios de la asociación.

Las respuestas negativas representan un 13% que corresponden a 8% “En desacuerdo” y 5% en “Totalmente en desacuerdo” sobre su conocimiento de las actividades de la asociación lo que refleja una baja proporción de percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido en esta pregunta es de 3.88 lo que ubica a este conocimiento en un nivel Alto, evidenciando una tendencia positiva en el conocimiento de los servicios y actividades por parte de las personas asociadas, es importante tomar en cuenta también las 36 personas con respuesta neutral, cuya oportunidad de mejora se encuentra en fortalecer los canales de comunicación y divulgación de las actividades y servicios que ofrece la asociación con el fin de mejorar el conocimiento de los asociados.

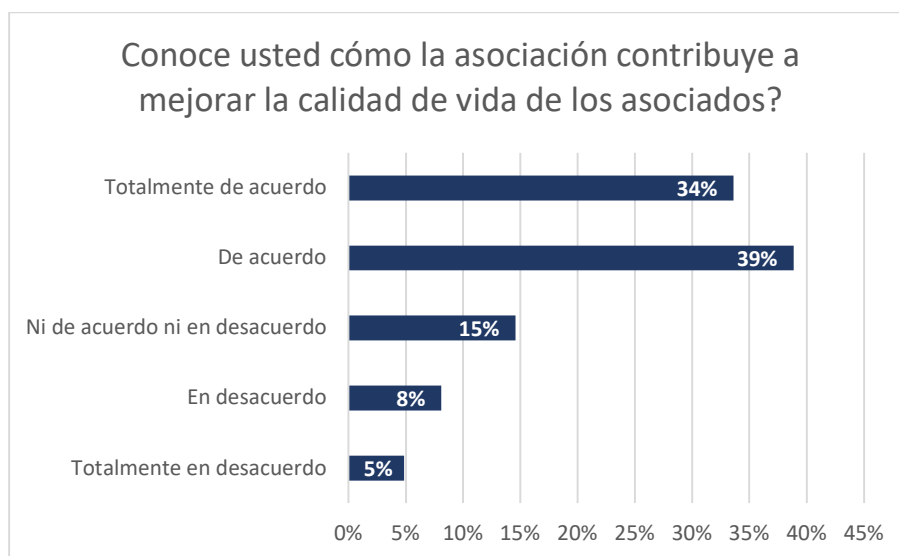
Tabla 7.

¿Conoce usted cómo la asociación contribuye a mejorar la calidad de vida de los asociados?

Indicador del conocimiento como contribuye la calidad de vida de los asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	11	4%	11
En desacuerdo	2	24	10%	48
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	49	20%	147
De acuerdo	4	90	36%	360
Totalmente de acuerdo	5	73	30%	365
Grand Total		247	100%	931
Promedio Ponderado				3.77

Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Ilustración 8



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Los resultados anteriormente presentados en la ilustración y tabla 7, evidencian un 36% de los encuestados indican estar “Totalmente de acuerdo” con el conocimiento de que la asociación contribuye a mejorar su calidad de vida, seguida por un 36%, que dicen estar “totalmente de acuerdo” con esto, representando un total de 66% de respuestas positivas.

Por otro lado 49 personas que representan un 20% mantuvieron una posición neutral, indicando que no poseen una percepción definida sobre como el modelo solidarista contribuye a mejorar su calidad de vida.

En cuanto a las respuestas negativas, representan un 14%, siendo así 10% “En desacuerdo” y un 4% “Totalmente en desacuerdo”, lo que refleja una percepción desfavorable moderada.

El promedio ponderado obtenido es de 3.77, que ubica esa percepción en un nivel Alto, muestra una percepción positiva en las personas asociadas respecto a la contribución del modelo solidarista en su calidad de vida.

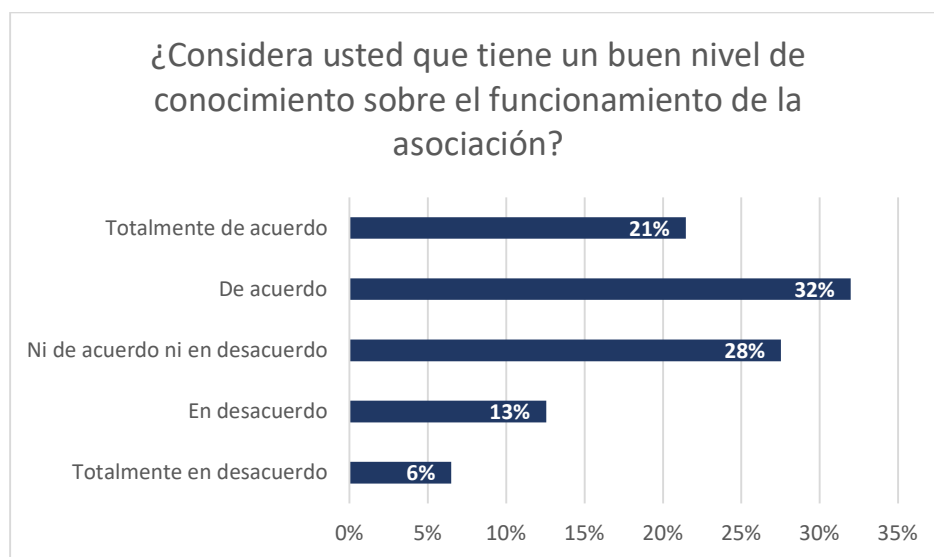
Tabla 8.

¿Considera usted que tiene un buen nivel de conocimiento sobre el funcionamiento de la asociación?

Indicador del conocimiento sobre el funcionamiento de la asociación	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	16	6%	16
En desacuerdo	2	31	13%	62
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	68	28%	204
De acuerdo	4	79	32%	316
Totalmente de acuerdo	5	53	21%	265
Grand Total		247	100%	863
Promedio Ponderado				3.49

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 9



Fuente: Elaboración propia, 2026

La ilustración anterior muestra que la mayor parte de los encuestados respondieron a esta pregunta con “De acuerdo” en un 32%, y “Totalmente de acuerdo” con un 21%, representando en total a 53% de las respuestas positivas.

Por otra parte, el 28% de los asociados se mantuvo en una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con un 28%, evidenciando que un grupo de 68 personas no tiene una percepción definida sobre cómo funciona la asociación.

Las respuestas negativas corresponden al 19%, 13% en “Desacuerdo” y 6% “Totalmente en desacuerdo”, lo que refleja un nivel medio de percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 3.49, lo que ubica esta categoría en un nivel Alto de conocimiento, mostrando una tendencia positiva del conocimiento de la asociación, aunque es importante reflejar que el porcentaje de respuestas negativas es alto en comparación con otras preguntas de este apartado, lo que sugiere debilidades en la comprensión del funcionamiento de la asociación.

4.2.2. Características del modelo solidarista aplicadas en la asociación

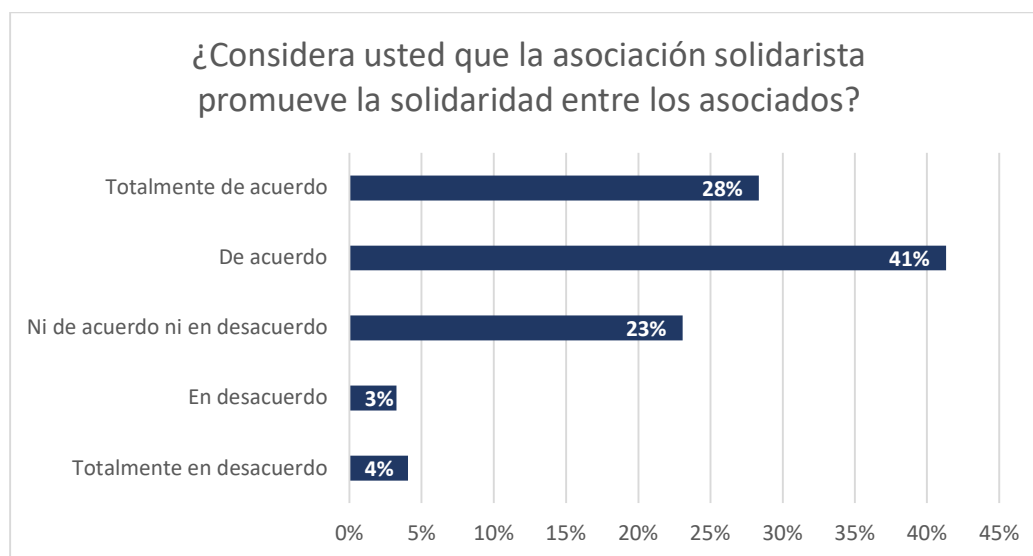
Tabla 9.

¿Considera usted que la asociación solidarista promueve la solidaridad entre los asociados?

Indicador del conocimiento sobre la promoción de la solidaridad entre asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	10	4%	10
En desacuerdo	2	8	3%	16
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	57	23%	171
De acuerdo	4	102	41%	408
Totalmente de acuerdo	5	70	28%	350
Grand Total		247	100%	955
Promedio Ponderado				3.87

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 10



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Los resultados anteriores evidencian que el 41% de las personas asociadas, dijeron estar “De acuerdo”, sobre la promoción de la solidaridad que realiza la asociación, seguido este porcentaje por 70 personas que indican estar “Totalmente de Acuerdo”, con este indicador, representando un 69% de respuestas positivas para la asociación.

Por otro lado, el 23% de los asociados se mantuvo en una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que permite observar que 57 encuestados no tienen una percepción definida sobre la promoción de la solidaridad entre los asociados por parte de la asociación.

En cuanto a las respuestas negativas, 2 personas indicaron estar “En desacuerdo”, y 1 “Totalmente en desacuerdo”, sobre si la asociación promueve la solidaridad entre asociados, lo que representa un 7% de percepción desfavorable para la asociación.

El promedio ponderado obtenido es de 3.87, lo que ubica esta pregunta en un nivel Alto, reflejando una tendencia positiva en la percepción de los asociados con respecto a la promoción de la solidaridad entre los asociados por parte de la asociación, elemento fundamental del modelo solidarista.

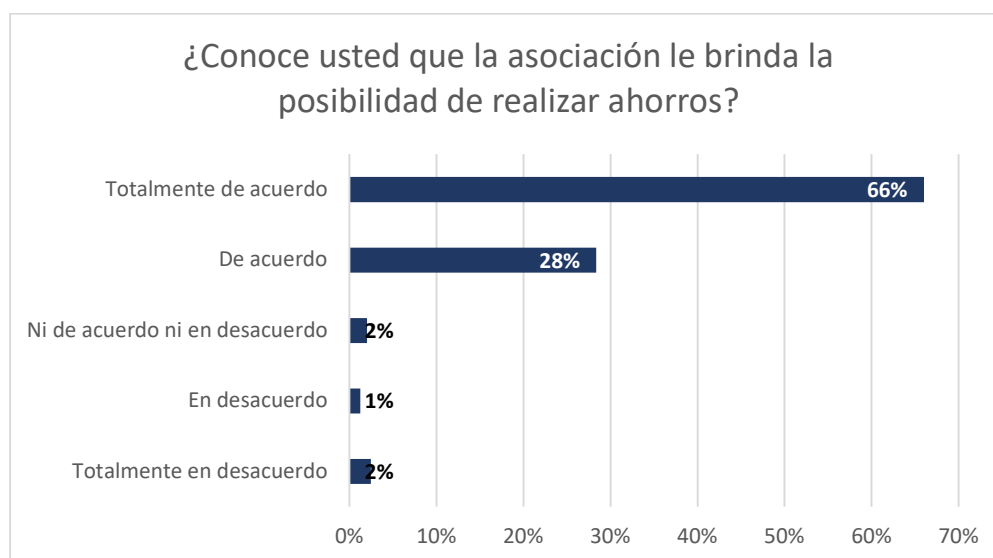
Tabla 10.

¿Conoce usted que la asociación le brinda la posibilidad de realizar ahorros?

Indicador del conocimiento sobre la posibilidad de realizar ahorros	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	6	2%	6
En desacuerdo	2	3	1%	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5	2%	15
De acuerdo	4	70	28%	280
Totalmente de acuerdo	5	163	66%	815
Grand Total		247	100%	1122
Promedio Ponderado				4.54

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 11



Fuente: Elaboración propia, 2026

En la ilustración anterior se muestra que el 66% de los asociados están “Totalmente de acuerdo”, sobre el conocimiento de que la asociación brinda la posibilidad de realizar ahorros, seguida por 70 personas en “De acuerdo”, lo que representa un 94% de respuestas positivas sobre este indicador.

Por otro lado, solo el 2% de los asociados encuestados, mantuvo una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que demuestra que la mayoría de los encuestados posee una percepción clara sobre la posibilidad de realizar ahorros por medio de la asociación.

Las respuestas negativas, representan un 3%, lo que representa una muy baja percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4,54 lo que se ubica en un nivel Muy Alto, reflejando una valoración altamente positiva de las personas asociadas sobre la posibilidad de realizar ahorros, siendo este uno de los mayores beneficios que se obtienen al ser asociado a una asociación solidaria, convirtiéndose en un pilar fundamental para a asociación.

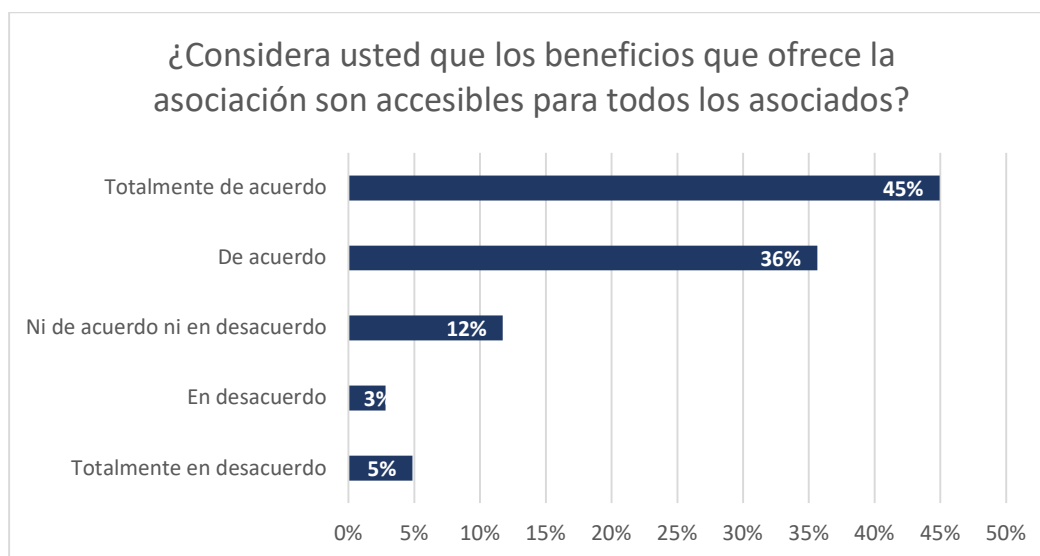
Tabla 11.

¿Considera usted que los beneficios que ofrece la asociación son accesibles para todos los asociados?

Indicador del conocimiento de accesibilidad de beneficios para todos los asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	12	5%	12
En desacuerdo	2	7	3%	14
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	29	12%	87
De acuerdo	4	88	36%	352
Totalmente de acuerdo	5	111	45%	555
Grand Total		247	100%	1020
Promedio Ponderado				4.13

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 12



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Los resultados en la anterior ilustración evidencian que el 45% de los asociados encuestados están “Totalmente de acuerdo”, con que los beneficios que ofrece la asociación son accesibles para todos los asociados, seguido por un 36% en “De acuerdo” lo que representa un 81% de las respuestas positivas para un total de 199 personas.

Por otro lado, el 12% de los encuestados mantuvo una posición neutral en “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” indicando que 29 personas no tienen una percepción definida sobre la accesibilidad de beneficios que ofrece la asociación.

Las respuestas negativas, representan el 8% de los encuestados lo cual evidencia una baja proporción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4.13, lo que ubica en un nivel Alto lo que refleja una perfección positiva en los asociados con respecto a los beneficios que ofrece la asociación, constituyendo un aspecto clave en la equidad y el cumplimiento de los principios del modelo solidarista.

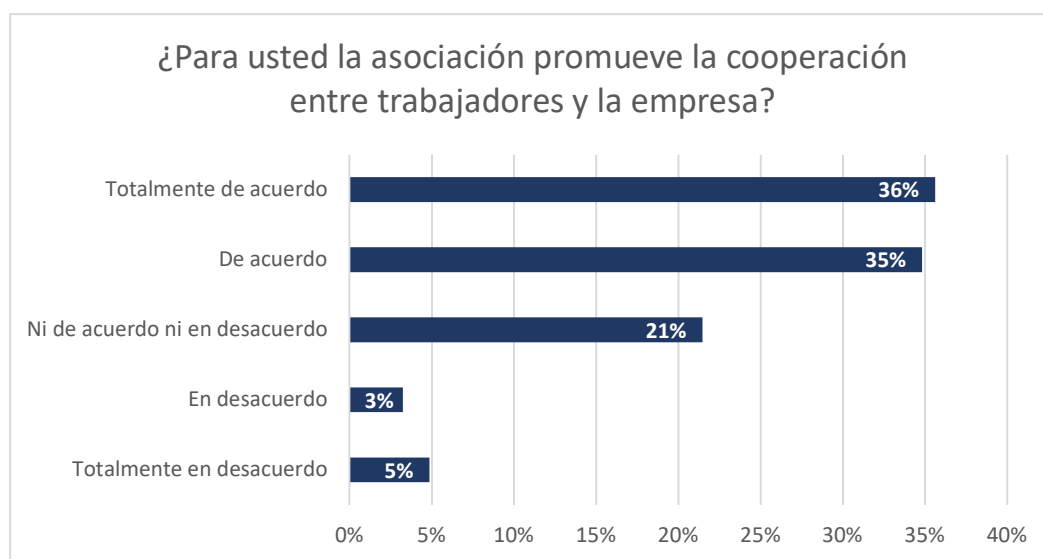
Tabla 12.

¿Para usted la asociación promueve la cooperación entre trabajadores y la empresa?

Indicador del conocimiento en promoción de la cooperación entre trabajadores y la empresa	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	12	5%	12
En desacuerdo	2	8	3%	16
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	53	21%	159
De acuerdo	4	86	35%	344
Totalmente de acuerdo	5	88	36%	440
Grand Total		247	100%	971
Promedio Ponderado				3.93

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 13



Fuente: Elaboración propia, 2026

En la ilustración anterior se evidencian que el 36% de las personas asociadas que representan el 36% están “Totalmente de acuerdo” con el indicador del conocimiento sobre la proporción de la cooperación entre trabajadores y la empresa, seguido por 86 encuestados que

representanta el 35% y están “De acuerdo” con esta pregunta, sumando un 71% de respuestas positivas.

Por otro lado, el 21% de los asociados, mantuvo una posición “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, indicando que 53 personas no tienen una percepción definida sobre la promoción de la cooperación entre trabajadores y la empresa.

Las respuestas negativas, representan el 8%, 3% “En desacuerdo” y 5% “En desacuerdo”, lo cual muestra una baja proporción de percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 3.93, lo que ubica esta pregunta en un nivel Alto, reflejando una percepción positiva de los asociados respecto a que los beneficios de la asociación son accesibles para todos.

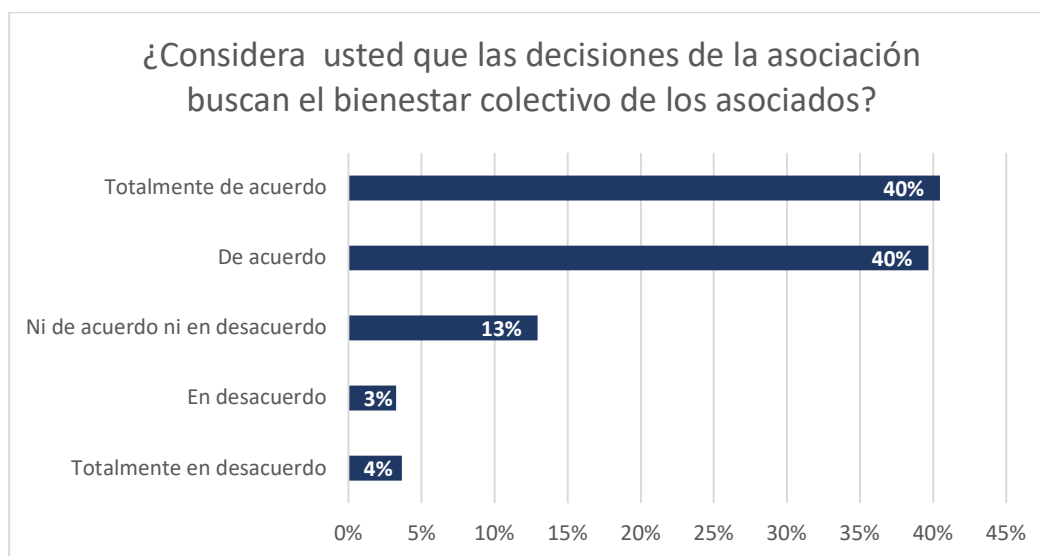
Tabla 13.

¿Considera usted que las decisiones de la asociación buscan el bienestar colectivo de los asociados?

Indicador del conocimiento sobre decisiones de la asociación que buscan el bienestar de los asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	9	4%	9
En desacuerdo	2	8	3%	16
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	32	13%	96
De acuerdo	4	98	40%	392
Totalmente de acuerdo	5	100	40%	500
Grand Total		247	100%	1013
Promedio Ponderado				4.10

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 14



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Los resultados muestran que la mayoría de los asociados encuestados respondieron “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo”, a la consulta sobre de si las decisiones de la asociación buscan el bienestar de los asociados, representando con esto el 80% de respuestas positivas.

Por otro lado, 32 personas mantuvieron una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, evidenciando que los encuestados tienen una percepción definida sobre si las decisiones de la asociación buscan el bienestar de los asociados.

Las respuestas negativas, representan un 7%, 3% en “desacuerdo” y 4% “Totalmente en desacuerdo”, lo que muestra una baja proporción de percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es del 4.10 lo que ubica en un nivel Alto, lo que refleja una opinión positiva de los asociados respecto a la orientación de las decisiones en búsqueda del su bienestar, constituyendo un elemento fundamental en la gestión organizaciones y el cumplimiento de los principios del modelo solidarista.

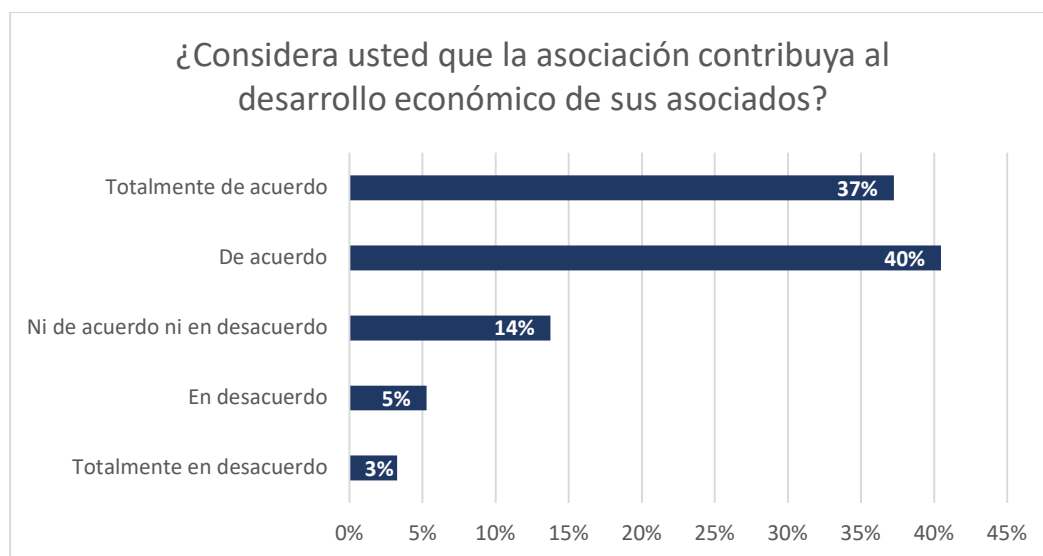
Tabla 14.

¿Considera usted que la asociación contribuya al desarrollo económico de sus asociados?

Indicador del conocimiento sobre contribución y desarrollo económico de los asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	8	3%	8
En desacuerdo	2	13	5%	26
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	34	14%	102
De acuerdo	4	100	40%	400
Totalmente de acuerdo	5	92	37%	460
Grand Total		247	100%	996
Promedio Ponderado				4.03

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 15



Fuente: Elaboración propia, 2026

En la ilustración anterior, se evidencian que el 40% de los encuestados respondieron “De Acuerdo”, seguidos por 37% “Totalmente de acuerdo” a la consulta sobre la contribución de la

asociación al desarrollo económico de los asociados, representando así el 77% de las respuestas positivas.

Por otro lado, un 14% de las personas asociadas se mantuvieron en una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que indica que una parte de los encuestados no posee una percepción completamente definida sobre la contribución de la asociación al desarrollo económico de los asociados.

Tres personas respondieron negativamente, 13 “En desacuerdo”, y 8 “Totalmente en desacuerdo”, lo cual evidencia una baja proporción de percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4.03, lo que representa un nivel Alto, de percepción de los asociados respecto a la contribución que realiza la asociación en desarrollo económico de sus miembros, constituyendo así uno de los principales objetivos del modelo solidarista.

4.2.3. **Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial**

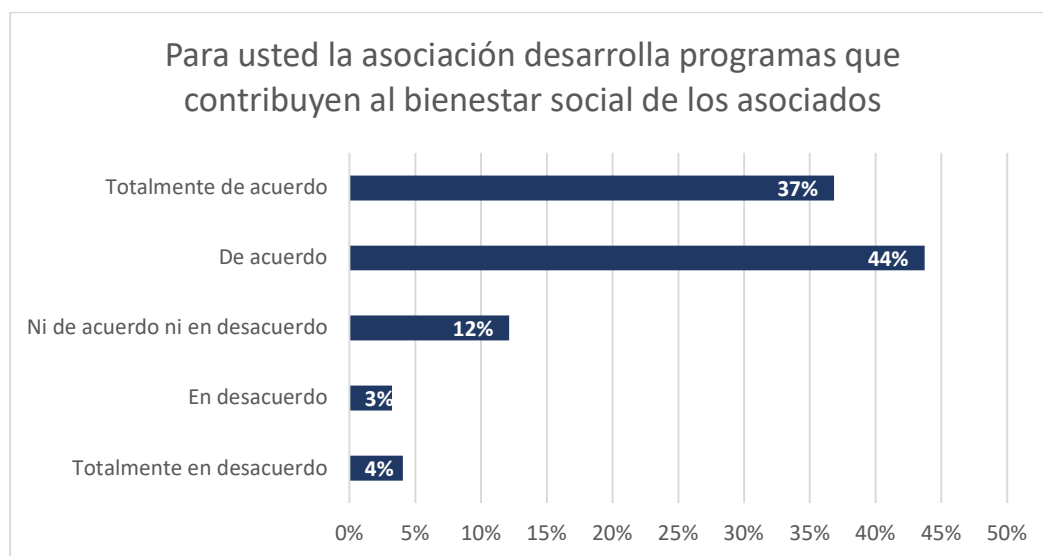
Tabla 15.

¿Para usted la asociación desarrolla programas que contribuyen al bienestar social de los asociados?

Indicador del conocimiento sobre desarrollo de programas que contribuyen al bienestar social de los asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	10	4%	10
En desacuerdo	2	8	3%	16
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	30	12%	90
De acuerdo	4	108	44%	432
Totalmente de acuerdo	5	91	37%	455
Grand Total		247	100%	1003
Promedio Ponderado				4.06

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 16



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Los resultados muestran que 44% de los encuestados respondieron “De acuerdo” y 37% respondieron “Totalmente de acuerdo”, a la consulta sobre si la asociación desarrolla programas que contribuyen el bienestar social de los asociados, lo que representan el 81% de las respuestas positivas.

Las respuestas negativas, muestran el 7%, lo cual evidencia una baja proporción de la percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4.06, lo que muestra un nivel Alto, reflejando una percepción positiva de los asociados respecto al desarrollo de programas que contribuyen al bienestar social, lo cual refleja un adecuado cumplimiento de responsabilidad social.

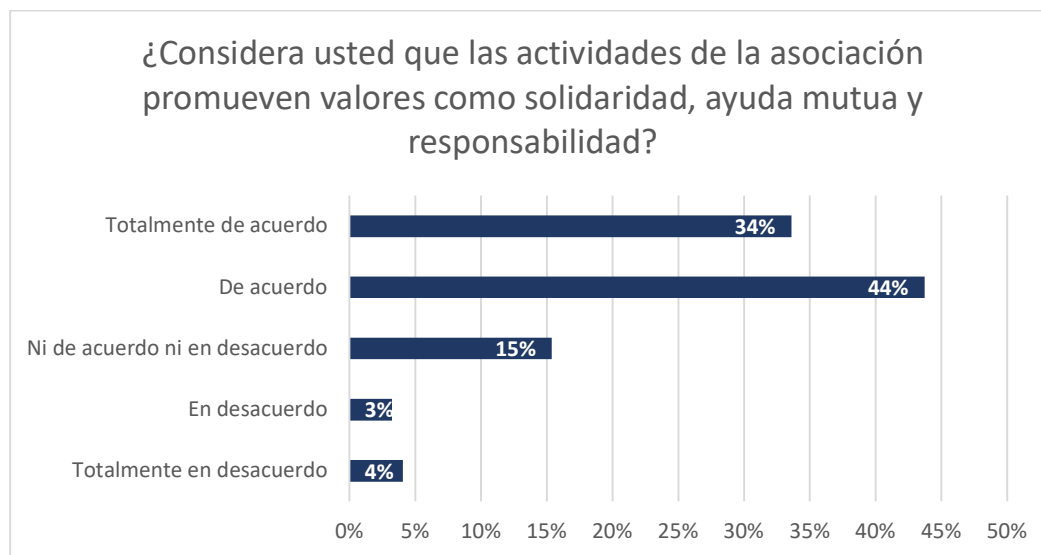
Tabla 16.

¿Considera usted que las actividades de la asociación promueven valores como solidaridad, ayuda mutua y responsabilidad?

Indicador del conocimiento sobre la promoción de valores como solidaridad, ayuda mutua y responsabilidad	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	10	4%	10
En desacuerdo	2	8	3%	16
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	38	15%	114
De acuerdo	4	108	44%	432
Totalmente de acuerdo	5	83	34%	415
Grand Total		247	100%	987
Promedio Ponderado				4.00

Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Ilustración 17



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

En la ilustración anterior se muestra que el 44% de los asociados, responden “De acuerdo” y 83 responden “Totalmente de acuerdo”, lo que representa un 78% de respuestas positivas.

Por otro lado, 15% de los asociados mantuvo una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que indica que 38 asociados no tienen una percepción definida sobre la promoción de valores como la solidaridad, ayuda mutua y responsabilidad.

Las respuestas negativas, representan el 7%, lo que refleja que 18 personas asociadas tienen una baja proporción de percepción desfavorable sobre la promoción de valores que realiza la asociación.

El promedio ponderado obtenido es de 4,00, que ubica esta pregunta en un nivel Alto, de percepción positiva de los asociados con respecto a cómo la asociación promueve los valores fundamentales del solidarismo, como la solidaridad, ayuda mutua y responsabilidad.

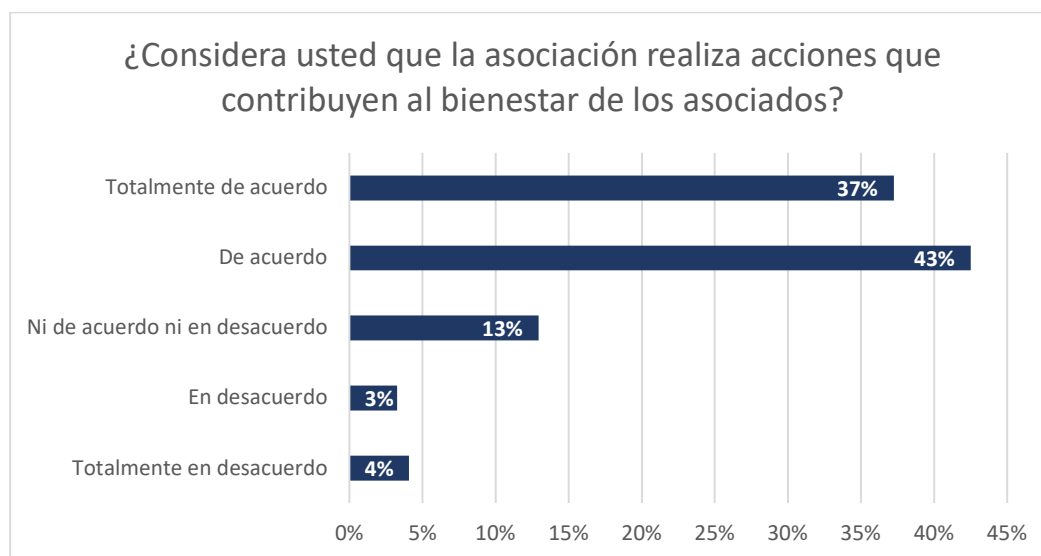
Tabla 17.

¿Considera usted que la asociación realiza acciones que contribuyen al bienestar de los asociados?

Indicador del conocimiento sobre acciones que realice la asociación que contribuyen al bienestar de los asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	10	4%	10
En desacuerdo	2	8	3%	16
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	32	13%	96
De acuerdo	4	105	43%	420
Totalmente de acuerdo	5	92	37%	460
Grand Total		247	100%	1002
Promedio Ponderado				4.06

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 18



Fuente: Elaboración propia, 2026

Los resultados anteriores muestran que 43% de los asociados encuestados responden “De acuerdo”, y el 37% “Totalmente de acuerdo” a la consulta sobre la contribución de la asociación al bienestar de los asociados, representando con esto un 80% de respuestas positivas.

Por otro lado, 13% de las personas asociadas respondieron de manera neutral, lo que indica que estas 32 personas no tienen una percepción definida sobre las acciones que realiza la asociación para contribuir al bienestar de los asociados.

Dieciocho personas, respondieron 8 “En desacuerdo” y 10 “Totalmente en desacuerdo” a la pregunta realizada, lo cual evidencia una baja proporción de la percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4.06, lo que ubica esta pregunta en un Alto nivel, reflejando una percepción positiva de los encuestados, respecto a las acciones que realiza la asociación y que contribuyen al bienestar de sus miembros, lo que indica el cumplimiento de sus objetivos y del enfoque social del modelo solidario.

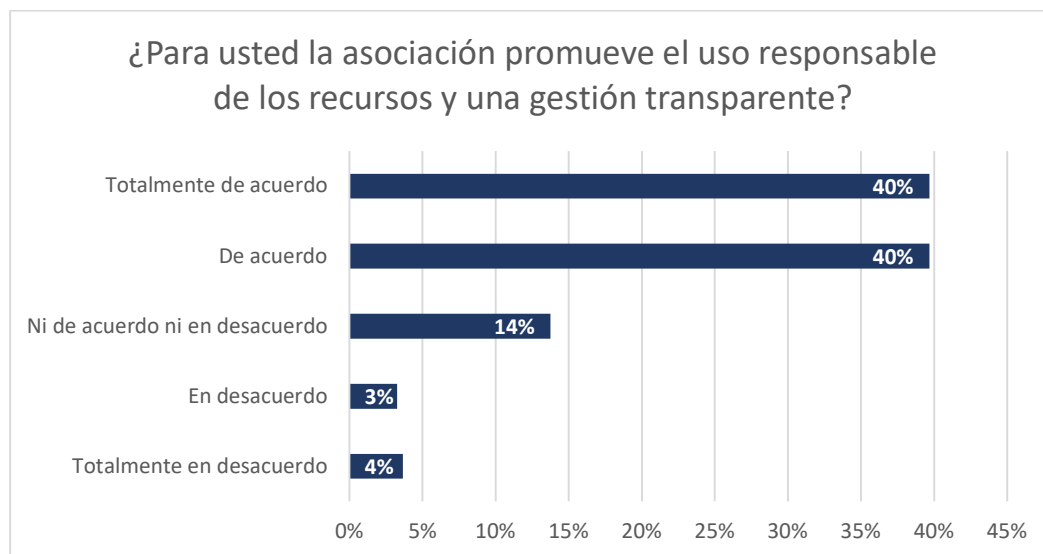
Tabla 18.

¿Para usted la asociación promueve el uso responsable de los recursos y una gestión transparente?

Indicador del conocimiento sobre promoción responsable de los recursos y gestión transparente	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	9	4%	9
En desacuerdo	2	8	3%	16
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	34	14%	102
De acuerdo	4	98	40%	392
Totalmente de acuerdo	5	98	40%	490
Grand Total		247	100%	1009
Promedio Ponderado				4.09

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 19



Fuente: Elaboración propia, 2026

En la ilustración anterior, el 40% de las 247 personas que respondieron la encuesta indicaron estar “Totalmente de acuerdo” y 98 “De acuerdo” de que la asociación promueve el uso

responsable de los recursos y una gestión transparente, lo que representa el 80% de respuestas positivas.

Por otro lado, 34 personas asociadas se mantuvieron en una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que representa un 14%.

Diecisiete asociados encuestados responden estar “En desacuerdo” o “Totalmente en desacuerdo”, con la pregunta, lo que evidencia una baja percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4.09 lo que ubica esta pregunta en nivel Alto, lo cual refleja una percepción positiva de los asociados respecto a la gestión responsable y transparente del uso de los recursos, lo cual genera confianza y credibilidad en la organización.

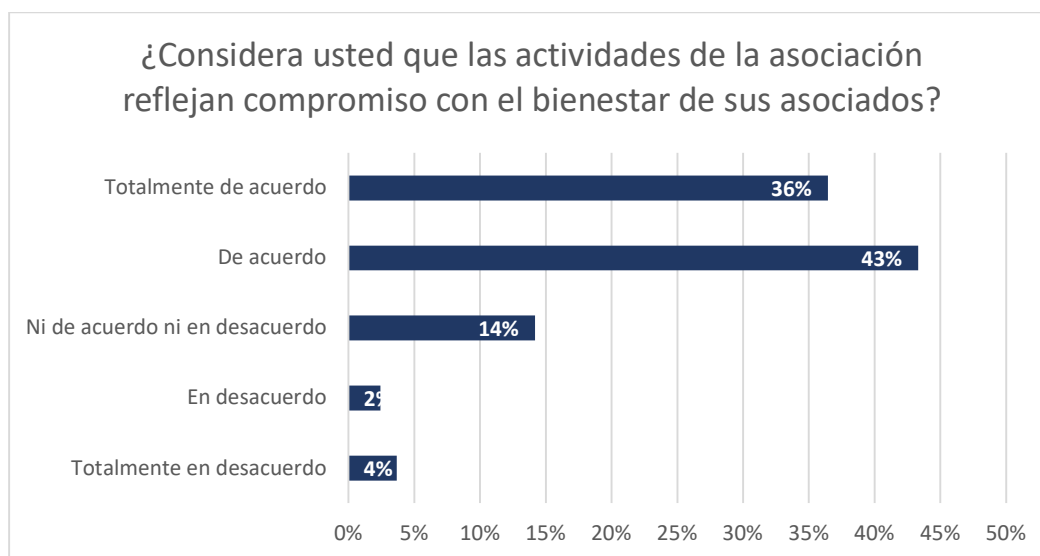
Tabla 19.

¿Considera usted que las actividades de la asociación reflejan compromiso con el bienestar de sus asociados?

Indicador del conocimiento sobre las actividades de la asociación reflejan compromiso con el bienestar de sus asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	9	4%	9
En desacuerdo	2	6	2%	12
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	35	14%	105
De acuerdo	4	107	43%	428
Totalmente de acuerdo	5	90	36%	450
Grand Total		247	100%	1004
Promedio Ponderado				4.06

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 20



Fuente: Elaboración propia, 2026

Los resultados anteriores evidencian que el 43% de las personas asociadas están “De acuerdo” y el 36% “De acuerdo” con que las actividades de la asociación reflejan compromiso con el bienestar de sus asociados, lo que representa un 80% de respuestas positivas.

El 14% de las personas encuestadas se mantuvo en una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, ante esta pregunta, lo que indica que una parte de los asociados no tiene una percepción definida sobre las actividades de la asociación que reflejan el compromiso y el bienestar.

Por otro lado, las respuestas negativas representan un 6%, con 2% “en desacuerdo” y 4% “En totalmente en desacuerdo”, lo que evidencia una baja percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4.06 lo que ubica esta pregunta en un nivel Alto, reflejando una percepción positiva de los asociados respecto al compromiso de la asociación con su bienestar y la percepción del compromiso con el bienestar que tienen la asociación con sus asociados.

4.2.4. Impacto del modelo solidarista en el bienestar

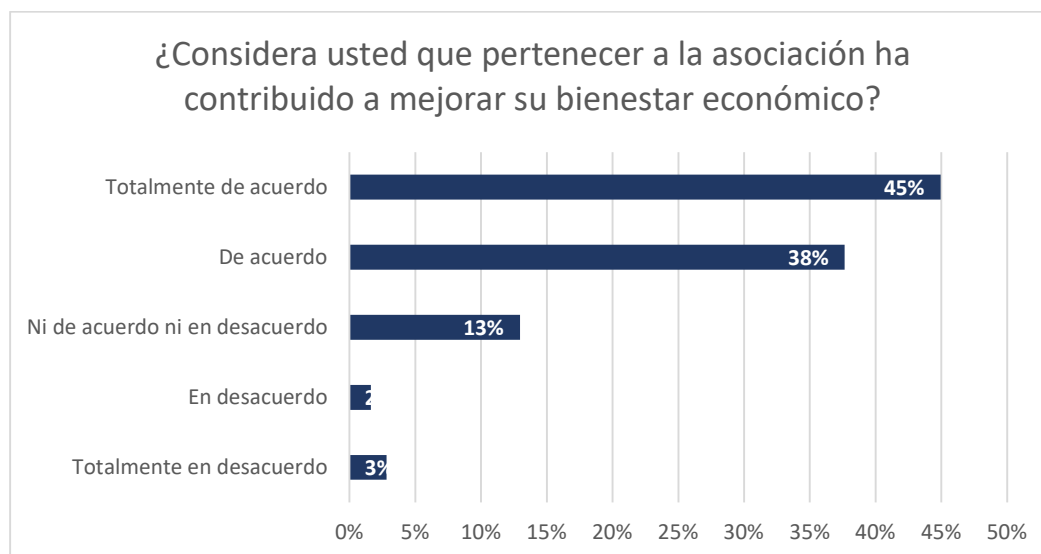
Tabla 20.

¿Considera usted que pertenecer a la asociación ha contribuido a mejorar su bienestar económico?

Indicador del conocimiento pertenencia a la asociación y mejoramiento económico	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	7	3%	7
En desacuerdo	2	4	2%	8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	32	13%	96
De acuerdo	4	93	38%	372
Totalmente de acuerdo	5	111	45%	555
Grand Total		247	100%	1038
Promedio Ponderado				4.20

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 21



Fuente: Elaboración propia, 2026

La ilustración anterior muestra que el 45% de las personas encuestadas responden “Totalmente de acuerdo” y 93 responden “De acuerdo” a la pregunta de si pertenecer a la

asociación ha contribuido a mejorar su bienestar económico, lo que representa un 83% de respuestas positivas.

Por otro lado, 32 asociados, respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que representa un 13% de respuestas neutrales, en relación con la pertenencia de la asociación y el mejoramiento económico.

Las respuestas negativas representan un 5%, de los encuestados, lo que evidencia una muy baja percepción desfavorable por parte de los asociados hacia la asociación.

El promedio ponderado obtenido es de 4.20, lo que ubica en un nivel Alto esta pregunta, reflejando una percepción positiva de los asociados respecto al impacto que significa económicamente para ellos el pertenecer a la asociación

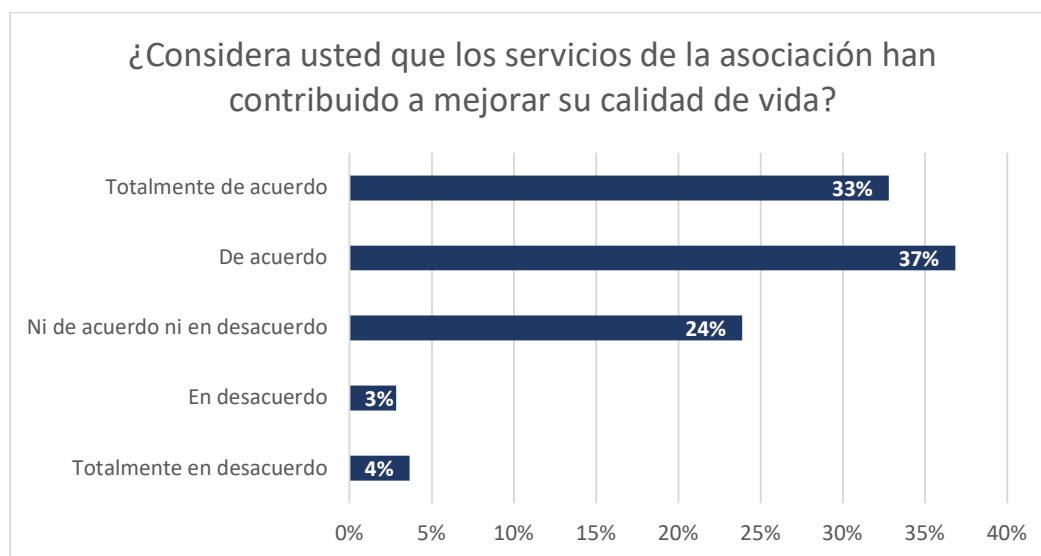
Tabla 21.

¿Considera usted que los servicios de la asociación han contribuido a mejorar su calidad de vida?

Indicador del conocimiento de contribución de la asociación en el mejoramiento de la calidad de vida	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	9	4%	9
En desacuerdo	2	7	3%	14
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	59	24%	177
De acuerdo	4	91	37%	364
Totalmente de acuerdo	5	81	33%	405
Grand Total		247	100%	969
Promedio Ponderado				3.92

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 22



Fuente: Elaboración propia, 2026

La ilustración anterior muestra que el 37% de las personas encuestadas indicaron estar “De acuerdo” y 33% “Totalmente de acuerdo” con la pregunta sobre el mejoramiento de vida a través de la asociación solidarista. Esto corresponde al 70% de respuestas positivas.

El 24% de las personas asociadas, se mantuvieron en una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, esto indica que una población importante de encuestados no tiene una percepción definida sobre la contribución que realiza la asociación a mejorar la vida de los asociados.

Las respuestas negativas representan un 7%, con 3% “En desacuerdo” y 4% “Totalmente en desacuerdo”, cual evidencia una baja percepción desfavorable sobre el conocimiento de este indicador.

El promedio ponderado obtenido es de 3.92, que ubica esta pregunta en un nivel Alto, reflejando una tendencia positiva en los asociados sobre la contribución que realiza la asociación en el mejoramiento de la calidad de vida.

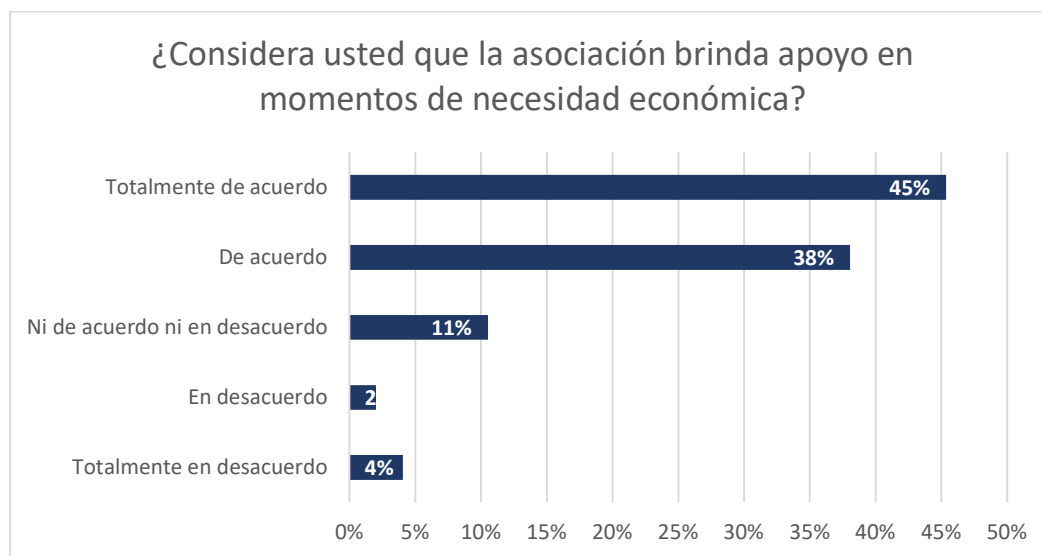
Tabla 22.

¿Considera usted que la asociación brinda apoyo en momentos de necesidad económica?

Indicador del conocimiento de apoyo en momentos de necesidad económica	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	10	4%	10
En desacuerdo	2	5	2%	10
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	26	11%	78
De acuerdo	4	94	38%	376
Totalmente de acuerdo	5	112	45%	560
Grand Total		247	100%	1034
Promedio Ponderado				4.19

Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Ilustración 23



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

Los resultados muestran que el 45% de las personas asociadas respondieron “Totalmente de acuerdo” y el 38% “De acuerdo”, a la pregunta sobre el apoyo que otorga la asociación en momentos de necesidad económica, lo que representa un 83% de respuestas positivas.

Por otro lado, el 11% de los asociados, se mantuvo en una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que indica que 26 personas no tienen una percepción definida sobre el apoyo que brinda la asociación en momentos de necesidad económica.

El promedio ponderado obtenido es de 4.19, lo que ubica esta pregunta en un nivel Alto, lo que refleja una percepción positiva de los asociados con respecto al apoyo dado por la asociación en momentos de necesidad económica, lo que es claramente valorado.

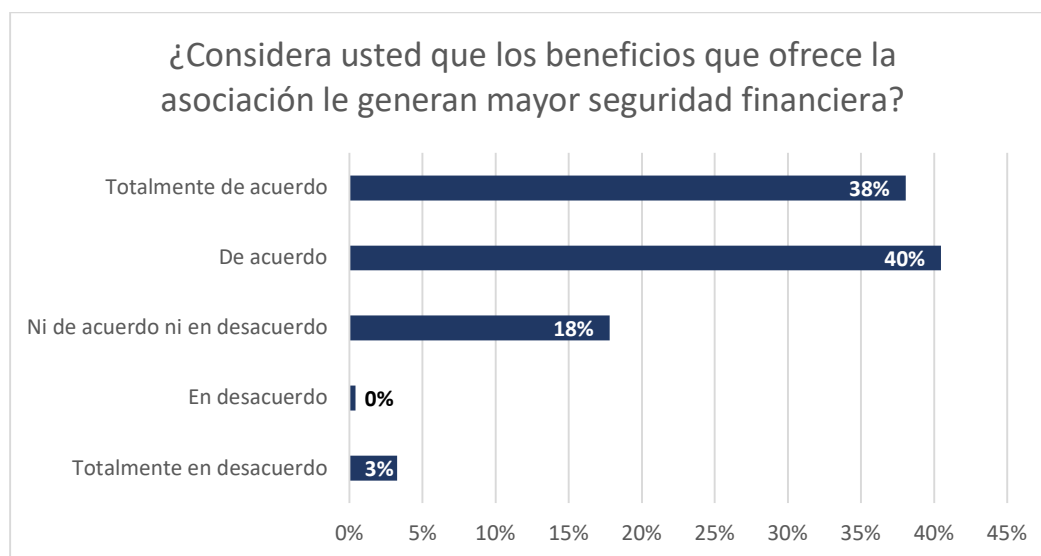
Tabla 23.

¿Considera usted que los beneficios que ofrece la asociación le generan mayor seguridad financiera?

Indicador del conocimiento sobre los beneficios que ofrece la asociación y la generación de mayor seguridad financiera	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	8	3%	8
En desacuerdo	2	1	0%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	44	18%	132
De acuerdo	4	100	40%	400
Totalmente de acuerdo	5	94	38%	470
Grand Total		247	100%	1012
Promedio Ponderado				4.10

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 24



Fuente: *Elaboración propia, 2026*

La ilustración anterior muestra que el 40% de los encuestados están “De acuerdo” y el 38% están “Totalmente de acuerdo” con la pregunta sobre los beneficios que ofrece la asociación y la seguridad financiera, lo que representa el 79% de respuestas positivas.

Un 18% de los asociados mantiene una posición neutral, “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, con la pregunta, indicando que los encuestados no tiene una percepción definida sobre la relación entre los beneficios y la generación de seguridad financiera que ofrece la asociación.

Las respuestas negativas, representan un 3%, 0% “En desacuerdo” y 3% “Totalmente en desacuerdo”, lo que evidencia una baja percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4.10, lo que ubica esta consulta en un nivel Alto, reflejando una percepción positiva entre los asociados con respecto al aporte que realiza la misma a la generación financiera de los asociados.

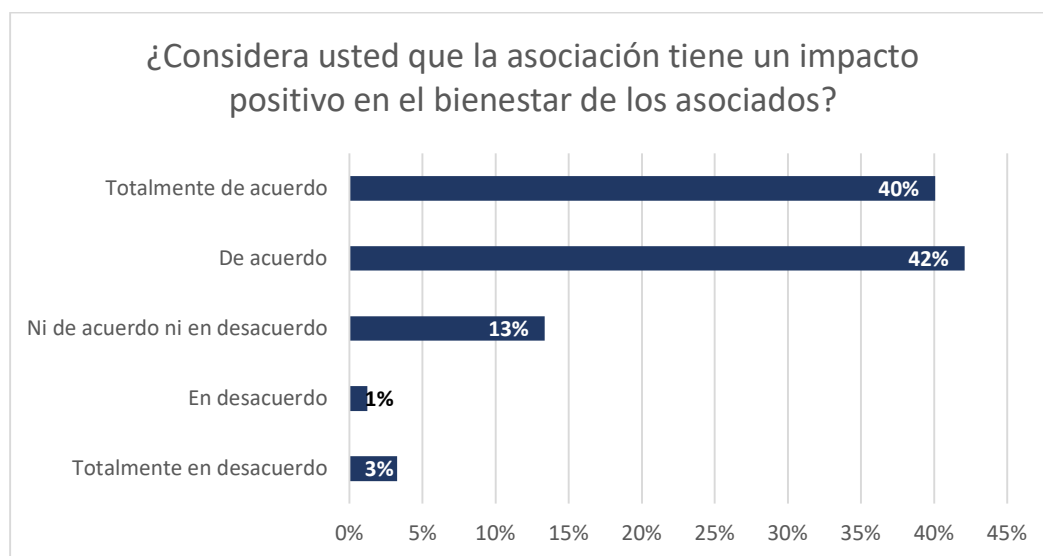
Tabla 24.

¿Considera usted que la asociación tiene un impacto positivo en el bienestar de los asociados?

Indicador del conocimiento del impacto de la asociación en los asociados	Likert	Absoluto	Relativo	Promedio Ponderado
Totalmente en desacuerdo	1	8	3%	8
En desacuerdo	2	3	1%	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	33	13%	99
De acuerdo	4	104	42%	416
Totalmente de acuerdo	5	99	40%	495
Grand Total		247	100%	1024
Promedio Ponderado				4.15

Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 25



Fuente: Elaboración propia, 2026

Los resultados evidencian que el 42% de los asociados entrevistados indicaron estar “De acuerdo” y un 40% estar “Totalmente de acuerdo”, con la pregunta sobre el impacto positivo que

tiene la asociación en el bienestar de los asociados, representando un 82% de respuestas positivas.

El 13% de los entrevistados, mantuvo una posición neutral “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que permite visualizar que 33 personas no tienen una percepción definida sobre el impacto que genera la asociación.

Las respuestas negativas, representan un 4%, 1% “En desacuerdo” y 3% “Totalmente en desacuerdo”, lo que muestra una baja percepción desfavorable.

El promedio ponderado obtenido es de 4.15, lo que ubica la pregunta en un nivel Alto, lo que refleja una percepción positiva, respecto al impacto positivo en el bienestar de los asociados.

4.2.5. Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) – EFI (Evaluación fortalezas internas) y EFE (Evaluación fortalezas externas)

El análisis FODA, acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, constituye una herramienta fundamental en la planificación estratégica que permite a las organizaciones evaluar su situación interna y externa de manera sistemática. Este modelo ha evolucionado hasta convertirse en un estándar metodológico para la toma de decisiones empresariales, facilitando la identificación de factores clave que influyen en el desempeño institucional. Las fortalezas y debilidades corresponden a variables controlables dentro del entorno organizacional, como los recursos humanos, la infraestructura tecnológica o la cultura corporativa, mientras que las oportunidades y amenazas representan elementos externos fuera del control directo de la entidad, tales como tendencias de mercado, cambios regulatorios o la aparición de competidores disruptivos. La integración de estos componentes en una matriz visual permite priorizar acciones, diseñar estrategias y alinear objetivos con las capacidades reales de la organización. Su versatilidad lo hace aplicable en sectores públicos, privados y sociales,

ofreciendo un marco estructurado para la prospectiva y la gestión del cambio. Además, su implementación exige un diagnóstico honesto, evitando sesgos cognitivos que puedan distorsionar la percepción interna. La validación cruzada con indicadores cuantitativos garantiza mayor confiabilidad en los resultados obtenidos. Como señalan especialistas contemporáneos, la efectividad del FODA depende de la rigurosidad en la recopilación de datos, la participación multidisciplinaria y la actualización periódica frente a entornos volátiles (Rodríguez & Sánchez, 2022). Este proceso requiere liderazgo comprometido. En consecuencia, su aplicación correcta transforma información dispersa en conocimiento estratégico accionable y medible en el tiempo. (Rodríguez, 2022).

Las matrices EFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) y EFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) son herramientas estratégicas fundamentales para evaluar el entorno interno y externo de una organización, respectivamente. La matriz de Evaluación de Factores Internos identifica fortalezas y debilidades operativas, asignando ponderaciones y calificaciones que revelan la capacidad de respuesta gerencial. Por su parte, la matriz de Evaluación de Factores Externos analiza oportunidades y amenazas del mercado, permitiendo anticipar cambios competitivos y regulatorios. Ambas técnicas cuantifican variables cualitativas para generar puntajes ponderados que guían la formulación de objetivos viables. Su integración facilita la toma de decisiones basada en datos, optimizando la planificación estratégica y asegurando una ventaja competitiva. (David, 2022)

Para la elaboración de la *Tabla 25*, se utilizó una metodología de ponderación basada en la multiplicación del peso asignado a cada factor por su resultado real. Este resultado real corresponde a los promedios ponderados obtenidos en la encuesta, convertidos a una escala de 0 a 1, con el fin de estandarizar los datos y facilitar su análisis comparativo dentro de la matriz EFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) y EFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos).

La conversión se realizó dividiendo cada promedio ponderado entre 5, valor máximo de la escala Likert utilizada en el instrumento de investigación.

Por ejemplo, el indicador “*Conocimiento sobre la posibilidad de realizar ahorros*” obtuvo un promedio ponderado de 4.54. Para convertirlo a la escala de 0 a 1, se efectuó el siguiente cálculo:

$$\frac{4.54}{5} = 0.91$$

Posteriormente, este resultado se multiplicó por el peso asignado al factor dentro de la matriz:

$$0.15 \times 0.91 = 0.14$$

De esta manera, se obtuvo el promedio ponderado final utilizado en la matriz de evaluación interna y externa.

Tabla 25.

Análisis de la matriz evaluación de fortalezas internas y externas (EFI y EFE)

FORTALEZAS (Internas)	Peso	Resultado Real	Promedio Ponderado / EFI	OPORTUNIDADES (Externas)	Peso	Resultado Real	Promedio Ponderado / EFE
Posibilidad de ahorro y fortalecimiento financiero	0,15	0,91	0,14	Comunicación y divulgación de beneficios	0,15	0,82	0,12
Bienestar económico	0,12	0,84	0,10	Educación financiera y solidaria	0,15	0,8	0,12
Alta percepción positiva del modelo solidaria	0,12	0,72	0,09	Visibilidad de programas sociales y RSE	0,1	0,81	0,08
Apoyo económico	0,1	0,84	0,08	Herramientas digitales	0,1	0,78	0,08
Seguridad Financiera	0,1	0,82	0,08	Participación activa de asociados	0,1	0,76	0,08
Gestión transparente	0,08	0,81	0,06				
DEBILIDADES (Internas)	Peso	Resultado Real	Promedio Ponderado	AMENAZAS (Externas)	Peso	Resultado Real	Promedio Ponderado
Nivel medio de conocimiento	0,1	0,69	0,07	Factores económicos externos	0,1	0,75	0,08
Respuestas neutras	0,08	0,72	0,06	Baja participación de asociados	0,1	0,73	0,07
Visibilidad de actividades y programas	0,05	0,74	0,04	Existencia de alternativas financieras externas	0,08	0,7	0,06
Calidad de vida	0,05	0,78	0,04	Desinformación del modelo solidaria	0,07	0,72	0,05
Cooperación entre empresa y trabajadores	0,05	0,79	0,04	Pérdida de valor percibido	0,05	0,74	0,04
TOTALES	1		0,80		1		0,77

Fuente: Elaboración propia, 2026

Los resultados obtenidos en las matrices EFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) y EFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos), evidencian que ASOBRITT, presenta una posición favorable a nivel interno como externo. El promedio ponderado de la matriz EFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos), obtenido es de 0.80, reflejando la predominancia de las fortalezas sobre las debilidades, destacando sobre todo la posibilidad de realizar ahorros, el bienestar económico y la percepción positiva que tienen las personas asociadas del modelo solidarista.

La matriz EFE, por su parte obtuvo un promedio ponderado de 0.77, lo que demuestra la existencia de oportunidades de mejora importantes en temas de comunicación, educación financiera y participación de los asociados, también se identifican amenazas vinculadas a factores económicos externos, baja participación y desinformación del modelo solidarista.

4.3. Análisis CAME

El análisis CAME, acrónimo de Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar, constituye una matriz estratégica fundamental para traducir los diagnósticos FODA en planes operativos concretos y medibles. Tras identificar las variables internas y externas, el modelo propone acciones directas: corregir debilidades mediante optimización de procesos, afrontar amenazas con planes de contingencia y diversificación, mantener fortalezas a través de la inversión continua en capital humano, y explotar oportunidades mediante alianzas e innovación tecnológica. Esta metodología actúa como puente entre la evaluación situacional y la ejecución táctica, facilitando la priorización de iniciativas y la asignación racional de recursos financieros.

Su estructura promueve la coherencia institucional al vincular cada diagnóstico con respuestas estratégicas temporales y cuantificables. La aplicación efectiva exige trabajo interdepartamental y revisiones trimestrales que salvaguarden la relevancia de las medidas frente a fluctuaciones económicas. Investigadores actuales destacan que su verdadero valor radica en

transformar datos dispersos en rutinas de gestión alineadas con la visión corporativa (Martínez & López, 2023).

La validación constante mediante indicadores clave de rendimiento asegura que cada intervención estratégica genere impactos tangibles y sostenibles en el largo plazo, evitando desviaciones presupuestarias innecesarias. Su adopción sistemática reduce la incertidumbre directiva y fortalece la resiliencia organizacional. En entornos altamente competitivos, su integración con sistemas de análisis de datos permite monitorear indicadores en tiempo real y ajustar rápidamente las rutas de acción. Los líderes deben evitar la estandarización excesiva, favoreciendo la adaptabilidad continua y el desarrollo de competencias especializadas que garanticen la materialización exitosa de cada objetivo trazado. (Martínez, 2023)

Tabla 26.

Análisis CAME

C - CORREGIR (Debilidades)	A - AFRONTAR (Amenazas)	M - MANTENER (Fortalezas)	E - EXPLOTAR (Oportunidades)
Fortalecer el conocimiento de los asociados sobre el funcionamiento de la asociación (0.07)	Desarrollar mecanismos que mitiguen el impacto de factores económicos externos (0.08)	Consolidar la posibilidad del ahorro como principal beneficio (0.14)	Desarrollar campañas para visibilizar el impacto en el bienestar y calidad de vida (0.12)
Reducir el porcentaje de respuestas neutrales mediante campañas informativas (0.06)	Diseñar estrategias para aumentar el intereses y participación (0.07)	Mantener la alta percepción positiva del modelo solidarista (0.10)	Implementar programas de educación financiera solidarista (0.12)
Mejorar la divulgación de actividades, programas y beneficios (0.04)	Fortalecer la propuesta de valor frente a las alternativas financieras externas (0.06)	Preservar la percepción de seguridad financiera (0.10)	Potenciar programas de Responsabilidad Social Empresarial (0.08)
Incrementar las comprensión del impacto en la calidad de vida (0.04)	Implementar acciones que contrarresten la desinformación sobre el modelo solidarista (0.05)	Sostener el apoyo económico en momentos de necesidad (0.08)	Utilizar herramientas digitales para mejorar la comunicación y el alcance informativo (0.08)
Reforzar la comunicación sobre la cooperación entre la asociación y la empresa (0.04)	Mantener comunicación constante para evitar pérdida de confianza (0.04)	Continuar con prácticas de gestión transparente y uso responsable de recursos (0.06)	Promover una mayor participación activa de los asociados (0.08)

Fuente: Elaboración propia, 2026

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES RECOMENDACIONES Y LIMITANTES

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tabla 27

Conclusiones, recomendaciones y limitantes

OBJETIVO	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIÓN	LIMITANTE
Identificar las principales características del modelo solidaria aplicadas en la Asociación Solidaria de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines	Se identificó que las características principales del modelo solidaria aplicadas en la asociación son: el ahorro, el apoyo económico y el bienestar financiero de los asociados.	Fortalecer programas que promuevan el ahorro y la educación solidaria entre los asociados.	Algunos asociados presentan conocimiento parcial sobre el funcionamiento del modelo solidaria.
	Los resultados de la encuesta reflejan una percepción positiva sobre el impacto del modelo solidaria en la estabilidad económica y seguridad financiera.	Mantener estrategias de comunicación que fortalezcan la percepción positiva del modelo solidaria.	Existencia de respuestas neutras en algunos indicadores evaluados.
Describir las prácticas existentes de Responsabilidad Social Empresarial en la Asociación Solidaria de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines.	La asociación desarrolla prácticas orientadas al bienestar económico y social de los asociados mediante programas de apoyo, ahorro y beneficios solidarias.	Potenciar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial mediante mayor divulgación y participación de los asociados.	Limitada visibilidad de algunos programas y actividades desarrolladas por la asociación
	Se evidenció la promoción de valores como solidaridad, ayuda mutua y responsabilidad dentro de la asociación.	Continuar fortaleciendo actividades que promuevan la integración y solidaridad entre asociados.	No todos los asociados participan activamente en las actividades promovidas.
Evaluar el impacto del modelo solidaria en el bienestar de los asociados.	El modelo solidaria tiene un impacto positivo en el bienestar económico y la seguridad financiera de los asociados.	Mantener y fortalecer los beneficios económicos y programas de apoyo financiero.	Factores económicos externos podrían afectar la capacidad de ahorro de los asociados.
	Los asociados reconocen el apoyo brindado por la asociación en momentos de necesidad económica	Desarrollar nuevos beneficios adaptados a las necesidades actuales de los asociados.	Existencia de alternativas financieras externas competitivas.
Analizar el grado de conocimiento que tienen los asociados sobre la contribución del modelo solidaria en su calidad de vida.	Los asociados presentan un nivel favorable de conocimiento sobre los beneficios y aportes del modelo solidaria.	Implementar programas de educación financiera y solidaria de forma periódica.	Persisten respuestas neutras en algunos indicadores relacionados con el conocimiento del modelo.
	Se identificó menor conocimiento en aspectos relacionados con el funcionamiento interno y cooperación entre empresa y trabajadores.	Fortalecer campañas informativas y espacios de capacitación sobre el modelo solidaria.	Limitaciones en la comunicación y divulgación de información institucional.
Proponer recomendaciones orientadas al fortalecimiento del modelo solidaria como instrumento de la Responsabilidad Social empresarial en la Asociación Solidaria de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines.	Se determinó la necesidad de fortalecer estrategias de comunicación, participación y educación solidaria.	Implementar herramientas digitales y campañas informativas que mejoren el alcance de la información.	Posible desinterés o baja participación de algunos asociados
	El análisis FODA y CAME permitió identificar oportunidades para fortalecer el modelo solidaria y su contribución al bienestar de los asociados.	Desarrollar estrategias enfocadas en participación activa, educación financiera y fortalecimiento de la propuesta de valor de la asociación.	La percepción del modelo solidaria podría verse afectada por desinformación o falta de comunicación constante.

Fuente: Elaboración propia, 2026

CAPITULO VI PROPUESTA

6. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

Fortalecimiento del modelo solidarista como instrumento de la Responsabilidad Social empresarial en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines.

6.1. INSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN O POBLACIÓN EN LA CUAL SE DESARROLLARÁ:

La presente investigación se desarrolló en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines (ASOBRITT), organización sin fines de lucro constituida bajo el marco de la Ley de Asociaciones Solidaristas N.º 6970 de Costa Rica. Su finalidad es promover el bienestar económico, social y humano de sus asociados mediante programas de ahorro, crédito, beneficios sociales y actividades orientadas al mejoramiento de su calidad de vida.

La población objeto de estudio estuvo conformada por los asociados activos de ASOBRITT, quienes constituyeron la unidad de análisis de la investigación. La selección de esta población respondió al interés de evaluar el grado de conocimiento que poseen sobre el modelo solidarista, su contribución a la calidad de vida y el impacto de la asociación como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial.

6.2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA

6.2.1. General

Desarrollar un modelo para el fortalecimiento solidarista, como instrumento de la Responsabilidad Social empresarial en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines.

6.2.2. Objetivos específicos

- Desarrollar una campaña de endomarketing para la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines que visualicen el impacto en el bienestar de los asociados y fortalezca el entendimiento y los beneficios del modelo solidarista.

- Implementar programas de educación financiera que fortalezcan el conocimiento sobre el funcionamiento de la asociación.
- Potenciar programas de responsabilidad social para promover una mayor participación por parte de los asociados, de los beneficios que ofrece la asociación.

6.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PROPUESTAS DE MEJORA

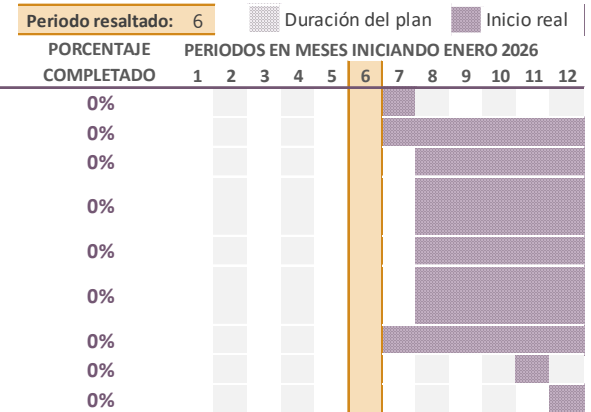
La propuesta planteada en este trabajo se desarrollará durante un período de seis meses mediante la ejecución de actividades que se orientaran a fortalecer el modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines.

Tabla 28

Planificador de proyectos

Planificador de proyectos

Seleccione un periodo para resaltarlo a la derecha. A continuación hay una leyenda que describe el gráfico.



Fuente: Elaboración propia, 2026

Ilustración 26

IMÁGENES CREADAS PARA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN



BENEFICIO DE LOS AHORROS

Ahorrar hoy es construir tu mañana.

Te ofrecemos diferentes opciones de ahorro diseñadas para acompañarte en cada etapa de tu vida y ayudarte a alcanzar tus metas con seguridad y confianza.

TASAS DE AHORRO DISPONIBLES

						
Ahorro a la vista	Ahorro vacacional	Ahorro extraordinario	Ahorro navideño	Ahorro marchamo	Ahorro estudiantil	Ahorro a plazo
Disponibilidad inmediata de tu dinero para que lo uses cuando lo necesites.	Preparate para tus vacaciones y disfrutá sin preocupaciones.	Alcanzará tus metas y proyectos especiales con este ahorro flexible.	Ahorrá durante el año y disfrutá la Navidad con tranquilidad.	Evitá gastos de última hora y tené tu marchamo listo a tiempo.	Invertí en educación y construí un mejor futuro.	Hacé crecer tu dinero con mejores tasas y alcanzá tus metas a mediano o largo plazo.

 **Seguridad, confianza y respaldo para que tu dinero crezca junto a vos.**

 **Conocé más en www.asobritt.com**

 Tu **bienestar**, nuestra prioridad. | Más beneficios, más **oportunidades**.



BENEFICIO DE CRÉDITOS

Soluciones financieras para tu bienestar

Te acompañamos en cada etapa de tu vida con créditos diseñados para vos y tu familia.

			
Crédito Ahorro Obrero	Créditos Hipotecarios	Créditos Prendarios	Otros financiamientos
Accedé a tu ahorro cuando más lo necesitás, de forma rápida y conveniente.	Financiá la compra, construcción o refacción de tu vivienda con las mejores condiciones.	Obtené tu vehículo de forma fácil y segura, con condiciones accesibles.	Contamos con más opciones de crédito para acompañarte en cada proyecto que tengas.

 **Conocé más en www.asobritt.com**

 Tu **bienestar**, nuestra prioridad. | Más beneficios, más **oportunidades**.

BENEFICIO DE LAS AYUDAS SOCIALES



Estamos para vos en los momentos que más lo necesitás.

Brindamos apoyo económico para acompañarte a vos y tu familia cuando enfrentan situaciones difíciles o inesperadas.



Fallecimiento del asociado

Apoyo económico para tus beneficiarios en ese difícil momento.



Fallecimiento de familiar directo

Brindamos respaldo ante la pérdida de un ser querido.



Nacimiento

Celebramos contigo la llegada de un nuevo integrante a tu familia.



Desastres naturales

Te apoyamos ante eventos naturales que afecten tu bienestar.



Becas

Impulsamos la educación de tu hijo con una beca que contribuye a su formación y futuro.

Porque en los momentos importantes, tu tranquilidad es nuestra prioridad.

Conocé más en www.asobritt.com

Tu **bienestar**, nuestra prioridad. Más beneficios, más **oportunidades**.

INVITACIÓN

FERIA DE SALUD



Tu salud es tu bienestar, tu mejor inversión.

Te invitamos a participar de nuestra Feria de Salud, donde podrás acceder a servicios y orientación para cuidar lo más importante: ¡tu salud!



EN CORTEZA
Sala de Capacitaciones



13 Y 14 DE JULIO DE 2026

Contaremos con la participación de:



Laboratorio Navarro y Alpizar

Análisis clínicos y chequeos generales.



Pura Vida Dent

Revisión dental y consejos para tu salud bucal.



Flores de Lavanda

Bienestar natural y aromaterapia.



Almaterapia

Terapias alternativas para tu bienestar.



Atomy - Perfumes

Fragancias que cuidan de ti y tu bienestar.



Lumia

Cuidado visual para tu día a día.



C. San Martin

Productos y servicios para tu bienestar.

Aprovechá esta oportunidad para informarte, realizarte chequeos y recibir recomendaciones para vivir con más salud y bienestar.

Cuidar tu salud es cuidar tu vida. ¡Te esperamos!

¡NOVEDAD IMPORTANTE!

NUEVOS REGLAMENTOS

Hemos **actualizado** nuestros reglamentos para seguir brindándote un **mejor servicio** y más beneficios.



JUNTOS CUMPLIMOS TUS METAS



- MÁS CLARIDAD**
Reglas más simples y fáciles de entender.
- MÁS BENEFICIOS**
Condiciones mejoradas para tu bienestar.
- MÁS TRANSPARENCIA**
Procesos claros y responsables para tu confianza.
- MÁS COMPROMISO**
Seguimos trabajando por y para vos.

Tu **bienestar**, nuestra prioridad.

Más beneficios, más **oportunidades**.

NOS COMPLACE INVITARLES

a aprovechar los beneficios que ofrecen nuestras plataformas de compra



Tienda Go DO | **Tienda unimart**

Donde podrán encontrar una amplia variedad de productos de forma rápida, segura y conveniente.

A través de estas tiendas, podrán acceder a excelentes opciones y facilidades diseñadas especialmente para ustedes, con el **respaldo y confianza** que caracteriza a nuestra asociación.

Les animamos a ingresar y explorar ambas opciones, y así disfrutar de sus **múltiples ventajas**.

Para cualquier consulta o apoyo en el proceso, con gusto estamos para servirles.

¡Ingresá hoy y descubrí todos sus beneficios!

BENEFICIOS QUE TE ACOMPAÑAN

BENEFICIOS QUE DISFRUTÁS

- Precios especiales
- Compras seguras
- Envíos convenientes
- Facilidades de pago
- Productos de calidad

Convenios de **SALUD**



Cuidamos lo más importante: tu salud y la de tu familia

Accedé a servicios de salud con beneficios exclusivos diseñados para tu bienestar.



Atención médica preferencial

Accedé a consultas médicas con tarifas especiales.



Descuentos en servicios de salud

Beneficios exclusivos en laboratorios, clínicas, ópticas y más.



Precios especiales en medicamentos

Ahorros en farmacias y productos de cuidado personal.



Bienestar integral para toda la familia

Opciones de prevención, tratamiento y bienestar para todas las edades.



Conocé más en www.asobritt.com

♥ Tu bienestar, nuestra prioridad.

CONVENIOS DE ESTUDIO



Invertí en tu futuro, crecé todos los días.

Accedé a beneficios exclusivos en instituciones educativas y capacitaciones para vos y tu familia.



Descuentos exclusivos

Accedé a descuentos especiales en universidades, colegios e institutos.



Formación que te impulsa

Diplomados, cursos y capacitaciones para tu desarrollo profesional.



Facilidades de pago

Opciones flexibles para que estudiar esté siempre a tu alcance.



Modalidades para vos

Presencial, virtual o híbrida. Elegí la opción que mejor se adapte a tu vida.



Conocé más en www.asobritt.com



Tu educación, tu mejor inversión.

Más beneficios, más oportunidades.



Convenios Funerarios



Apoyo y tranquilidad
para vos y tu familia



Servicios accesibles



Condiciones preferenciales



Atención oportuna



Conocé más en www.asobritt.com

CONVENIOS RECREATIVOS

Bienestar y
experiencias
para vos y
tu familia

Disfrutá de beneficios exclusivos
en hoteles, turismo y actividades
recreativas para compartir momentos
inolvidables.



Hoteles y turismo

Accedé a tarifas especiales
en hospedaje y paquetes
turísticos seleccionados.



Actividades
recreativas

Disfrutá de descuentos en
actividades de entretenimiento,
deporte y aventura.



Opciones para
la familia

Beneficios pensados para que
todas las edades disfruten
al máximo.



Conocé más en www.asobritt.com



Más bienestar, más experiencias,
más momentos inolvidables.



Convenios Comerciales



Beneficios en lo que necesitás para tu día a día

Accedé a descuentos exclusivos, precios preferenciales y una amplia variedad de productos y servicios.



Descuentos exclusivos

Aprovechá promociones especiales solo para nuestros asociados.



Precios preferenciales

Accedé a tarifas especiales en comercios y servicios seleccionados.



Gran variedad de productos

Encontrá opciones de calidad en diferentes categorías para vos y tu familia.

 Conocé más en www.asobritt.com

 Más beneficios, más bienestar para vos. 

CONVENIOS RENT A CAR



Movilidad con comodidad y tranquilidad

Accedé a tarifas preferenciales, condiciones flexibles y opciones seguras para tus viajes personales o familiares.



Tarifas preferenciales

Ahorros exclusivos pensados para vos.




Condiciones flexibles



Opciones de alquiler que se adaptan a tu necesidad.



Vehículos modernos y seguros

Flota de calidad para que viajes con confianza y tranquilidad.

 Conocé más en www.asobritt.com

 Tu **movilidad**, más fácil y accesible. 

Wellness  **Empresarial**

REJUVENECIMIENTO FACIAL 360



Impartida por:
Dra. Heilyn Rojas



Jueves 14 de agosto

6:00 p.m.
7:00 p.m.




Inscríbese
Entre los inscritos tendremos regalos y rifas.*

Organiza:
ASOBRIIT
POR UNA EMPRESA MÁS SOLIDARIA

Wellness  **Empresarial**

INYECTABLES PARA LA PÉRDIDA DE PESO:

Lo que debe saber antes de usarlos y cómo cuidar su alimentación



Impartida por:
Dra Ana Cristina Gutiérrez Font
Nutricionista con más de 20 años de experiencia, Wellness Coach



Jueves 18 de setiembre

6:00 p.m.
7:00 p.m.




Inscríbese
Entre los inscritos tendremos regalos y rifas.*

Organiza:
ASOBRIIT
POR UNA EMPRESA MÁS SOLIDARIA

Wellness  **Empresarial**

FATIGA CRÓNICA: ¿POR QUÉ ME SIENTO CANSADO SI TODO SALE BIEN?



Impartida por:
Dr. Gabriel Carmona
Médico Naturalista, Funcional y de Precisión



Jueves 16 de octubre

6:00 p.m.
7:00 p.m.




Inscríbese
Entre los inscritos tendremos regalos y rifas.*

Organiza:
ASOBRIIT
POR UNA EMPRESA MÁS SOLIDARIA

Wellness  **Empresarial**

ESTRÉS Y BIENESTAR: CLAVES PARA UNA VIDA MÁS EQUILBRADA



Impartida por:
Psic. Carolina Navarro
Psicóloga Clínica, Especialista en Bienestar y Manejo del Estrés



Jueves 20 de noviembre

6:00 p.m.
7:00 p.m.




Inscríbese
Entre los inscritos tendremos regalos y rifas.*

Organiza:
ASOBRIIT
POR UNA EMPRESA MÁS SOLIDARIA

6.4. PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES

El presupuesto estimado para la implementación de la propuesta considera principalmente recursos destinados a comunicación, capacitación y divulgación de los programas de la asociación.

Tabla 29

Presupuesto

Presupuesto Planificador de actividades	COSTO INDIVIDUAL	VECES A REALIZAR	MONTO TOTAL
Diseñar la campaña de endomarketing	60.000	1	60.000
Realizar material digital informativo	12.500	6	75.000
Realizar micro capsulas informativas sobre solidarismo	8.000	5	40.000
Realizar material de divulgación de beneficios y servicios ofrecidos por la asociación	6.000	5	30.000
Realizar boletín para publicar resultados de impacto social	22.500	2	45.000
Realizar campañas de Salud, Ferias y promoción de responsabilidad social	50.000	2	100.000
Implementar el uso de redes sociales	4.167	6	25.000
Realizar encuestas de satisfacción y cocimiento a los asociados	5.000	2	10.000
Realizar evaluación final de resultados	15.000	1	15.000
		Total	₡ 400.000,00

Fuente: Elaboración propia, 2026

6.4.1. Retorno sobre la Inversión (ROI)

Fórmula utilizada:

Inversión total= ¢400,000 (tabla 29)

Beneficio esperado = ¢845,000 proyección de los incrementos generados por las acciones

Tabla 30

Retorno sobre la inversión

Actividad	Inversión (¢)	Beneficio Esperado (¢)
Diseñar la campaña de endomarketing	60 000	120 000
Realizar material digital informativo	75 000	150 000
Realizar micro capsulas informativas sobre solidarismo	40 000	80 000
Realizar materirar de divulgación de beneficios y servicios ofrecidos por la asociación	30 000	75 000
Realizar boletin para publicar resultados de impacto social	45 000	90 000
Realizar campañas de Salud, Ferias y promoción de responsabilidad social	100 000	200 000
Implementar el uso de redes sociales	25 000	75 000
Realizar encuestas de satisfacción y cocomiento a los asociados	10 000	25 000
Realizar evaluación final de resultados	15 000	30 000
	¢ 400 000.00	¢ 845 000.00

Fuente: Elaboración propia, 2026

Dados los datos anteriores se calcula:

$$\text{ROI} = ((\text{Beneficio esperado} - \text{Inversión}) / \text{Inversión}) \times 100$$

$$\text{ROI} = ((845\ 000 - 400\ 000) / 400\ 000) \times 100$$

$$\text{ROI} = (445\ 000) / 400\ 000) \times 100$$

$$\text{ROI} = (1.1125) \times 100$$

$$\text{ROI} = \mathbf{111,25\%}$$

Según lo anterior los beneficios que se esperan serían:

- Un incremento importante por parte de los asociados en el uso de los servicios y beneficios de la asociación.
- Una mayor participación de las personas asociadas en actividades realizadas por la asociación.
- Un incremento en los ahorros voluntarios y extraordinarios.
- Un mayor aprovechamiento de los programas de Responsabilidad Social Empresarial que realice la asociación.
- Una disminución importante de consultas y reprocesos administrativos por falta de información.
- Un crecimiento en el fortalecimiento de la permanencia y satisfacción de los asociados.
- Alcanzando así un ROI para el proyecto completo de = **111.25%**

6.5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente trabajo denominado “Fortalecimiento del modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial en la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica, S.A (ASOBRITT), cuya finalidad es fortalecer, la participación y los beneficios para los asociados, mediante el desarrollo de estrategias de comunicación, educación financiera, y desarrollos realizados por la asociación.

El término responsabilidad social, comenzó a utilizarse de forma generalizada a comienzos de la década de 1970, aunque organizaciones y gobiernos ya realizaban acciones en algunos de los aspectos considerados como responsabilidad social desde tiempos tan antiguos, como finales del siglo XIX, y en algunos casos, incluso antes. (ISO, 2010), en el mundo del

solidarismo esta utilización no sólo genera transparencia en su proceder, si no también desarrolla confianza en las personas asociadas.

La propuesta, presentada surge a raíz de la búsqueda de la transparencia, la rendición de cuentas el comportamiento ético, la legalidad del proceder y el respeto a los deberes y derechos que pregonan la Ley 6970, y la norma ISO 26000:2010 para ser aplicada en la asociación, para ello se tomaron en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a las personas asociadas a ASOBRITT, donde se identificaron fortalezas positivas relacionadas con la percepción que tienen los asociados del modelo solidarista, la posibilidad de ahorro, crédito, y la contribución al bienestar. También se detectaron oportunidades de mejora como el nivel de conocimiento sobre el funcionamiento de la asociación, el entendimiento del impacto que la asociación genera en la calidad de vida de sus afiliados, la divulgación de actividades y beneficios, así como la necesidad de que los asociados se involucren en la asociación activamente.

El involucramiento con las partes interesadas puede tomar diversas formas. Puede iniciarse por parte de una organización o comenzar como respuesta de una organización a una o más partes interesadas. Puede tener lugar tanto en reuniones informales como formales, y puede seguir una amplia variedad de formatos, tales como reuniones individuales, conferencias, talleres, audiencias públicas, discusiones en mesas redondas, comités asesores, procedimientos de información y consulta regulares y estructurados, negociaciones colectivas y foros basados en la web. El involucramiento con las partes interesadas debería ser interactivo y pretende ofrecer oportunidades para que las opiniones de las partes interesadas sean escuchadas. (ISO, 2010), es por esto por lo que se crearan campañas de bienestar, salud y promoción de valores Solidaristas, que fortalezcan la imagen de la asociación como un ente comprometido con el desarrollo integral de sus asociados, además de promover el uso de herramientas digitales y redes sociales, para abarcar la mayor parte de la población asociada y facilitar la interacción entre la asociación y sus miembros.

Este proyecto se desarrollará durante un periodo de seis meses, comprendidos entre julio y diciembre de 2026, lo que permitirá implementar gradualmente las actividades programadas, dar seguimiento a los resultados y realizar evaluaciones sobre el nivel de satisfacción y conocimiento de los asociados. El resultado esperado con la aplicación de esta propuesta es contribuir con el fortalecimiento del modelo solidarista en ASOBRITT, convirtiéndose en una herramienta que fortalezca la Responsabilidad Social y contribuyendo al cumplimiento de los principios fundamentales del solidarismo.

REFERENCIAS

- Alcaraz Rodríguez, R. (2020). *El emprendedor de éxito*. McGraw-Hill. Obtenido de <https://www-ebooks7-24-com-uh.knimbus.com:443/?il=10407>
- Alonso-Almeida, M. d. (2023). *Responsabilidad Social Corporativa: Conceptos y aplicaciones*. Editorial Síntesis. Obtenido de <https://www.sintesis.com>
- Anzuini, F. &. (2023). La Economía Civil y el Solidarismo: Modelos Alternativos para Lograr el bien Común. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 8715-8735. *Ciencia Latina. revista Multidisciplinar*. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4
- Axtell, C. (2024). *Psicología del trabajo: comportamiento humano en el ámbito laboral*. Pearson Educación. Obtenido de <https://ebooks7-24-com-uh.knimbus.com/?il=41949>
- Bernal Torres, C. A. (2022). *Metodología de la investigación*. Pearson. Obtenido de <https://ebooks7-24-com-uh.knimbus.com/?il=19299>
- Britt, C. (06 de 03 de 2026). *Café Britt* . Obtenido de <https://www.linkedin.com/company/cafe-britt/posts/?feedView=all>
- Britt, C. (09 de 03 de 2026). *MIRANDO HACIA ATRÁS 30 AÑOS: CAFÉ, COSTA RICA Y PURA VIDA*. Obtenido de https://www.cafebritt.com/es/blogs/journey-to-origin/looking-back-on-30-years-coffee-costa-rica-and-pura-vida?srsId=AfmBOord8o55HKNQ_pqLPjCHX1o5m788byL96dXIR7wEWdxyEfXT9T5x
- BYJU'S. (2024). *Sample size formula*. Obtenido de BYJU'S: <https://byjus.com/sample-size-formula/>
- Camargo, B. A. (2024). *Enciclopedia de sostenibilidad, ética y responsabilidad social empresarial en América Latina*. Tirant lo Blanch. Obtenido de <https://editorial.tirant.com/mex/libro/enciclopedia-de-sostenibilidad-etica-y-responsabilidad-social-empresarial-en-america-latina-blanca-alejandra-camargo-9788411977548>

- Chavarría, C. S. (2022). *Alberto Martén Chavarría. Padre del movimiento solidarista: 75 Aniversario del Solidarismo en Costa Rica*. Editorial Progreso. Obtenido de <https://isbncostarica.sinabi.cerlalc.org/catalogo.php?mode=detalle&nt=44839>
- Chiavenato, I. (2022). *Comportamiento organizacional Plus*. McGrawHill - Plus. Obtenido de <https://ebooks7-24-com-uh.knimbus.com/?il=35000>
- Córdoba Solano, D. Á. (2025). Organizaciones obrero-patronales y sus efectos en el mercado laboral: evidencia de las asociaciones solidaristas en Costa Rica. *Revista De Ciencias Económicas*, 43(1), e58820. doi:<https://doi.org/10.15517/rce.v43i1.58820>
- Creswell, J. W. (2024). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson. Obtenido de <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/educational-research/P200000003153/9780137647671>
- David, F. R. (2022). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases (17th ed.)*. Pearson. Obtenido de <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/strategic-management-a-competitive-advantage-approach-concepts-and-cases/P200000003388>
- Descubriendo ISO 26000. (s.f.). *ISO 26000 Guía sobre Responsabilidad Social*. Obtenido de <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
- Development, O. f.-o. (2023). *OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy*. París: OECD Publishing. Obtenido de <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>
- E&N. (09 de 03 de 2026). *Café Britt: el irreverente que dio identidad al café tico*. Obtenido de LOVE MARKS: <https://www.revistaeyn.com/especiales/lovemarks/cafe-britt-el-irreverente-que-dio-identidad-al-cafe-tico-PAEN838465>
- Edelman. (2023). *2023 Edelman Trust Barometer*. Obtenido de <https://www.edelman.com/trust/2023-trust-barometer>
- Efraín Mejía Vindas, Guido Alberto Monge Fernandez, Alvaro Villalobis Garro, Adrian Zamora Igalde, Fernando Zamora Castellanos. (2025). *40 Aniversario Promulgación de la Ley de*

- Asociaciones Solidaristas No. 6970*. San José: Progreso Editorial. Obtenido de https://www.asouna.com/pdfviewer/40-aniversario-promulgacion-de-la-ley-de-asociaciones-solidaristas-6970/?auto_viewer=true#page=&zoom=auto&pagemode=none
- Eynaud, P. &. (2023). *Solidarity and organization: Toward new avenues for management*. Palgrave Macmillan. Obtenido de <https://doi.org/10.1007/978-3-031-27568-5>
- Financiera, A. p. (2024). *La educación financiera en América Latina y el Caribe (V.2)*. Obtenido de https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/2024/09/Financial-Education-in-Latin-America-and-the-Caribbean-v.2_SP_hv.pdf
- Gómez Bayona, L. C. (2024). Análisis del impacto estratégico de la Responsabilidad Social en las Empresas. *Revista En-Contexto*, 12(22), 77–95. doi:<https://doi.org/10.53995/23463279.1721>
- Hernández Sampieri, R. (2023). *Metodología de la Investigación Plus*. McGrawHill - Plus. Obtenido de <https://ebooks7-24-com-uh.knimbus.com/?il=34866>
- Hernández Sampieri, R. (2025). *Fundamentos de investigación*. McGraw-Hill. Obtenido de <https://ebooks7-24-com-uh.knimbus.com/?il=43438>
- Hernández-Sampieri, R. &. (2022). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://www.mheducation.com.mx/universidad/metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativa-cualitativa-y-mixta-6e-9781456260965-mex.html>
- Hernández-Sampieri, R. &. (2022). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://www.mheducation.com.mx/>
- Hislop, D. B. (2022). *Knowledge management in organizations: A critical introduction (4th ed.)*. Oxford University Press. Obtenido de

<https://global.oup.com/academic/product/knowledge-management-in-organizations-9780198865049>

IDEA, I. (6 de 3 de 2023). *The global state of democracy 2023*. Obtenido de <https://www.idea.int/publications/catalogue/global-state-of-democracy-2023>

ISO, S. C. (2010). *ISO 26000:2010*. Ginebra, Suiza,. Obtenido de <https://www.iso.org/standard/42546.html>

LibreTexts, S. (2023). *Sample size calculation for a proportion*. Obtenido de LibreTexts, Statistics: [https://stats.libretexts.org/Bookshelves/Introductory_Statistics/Mostly_Harmless_Statistics_\(Webb\)/07%3A_Confidence_Intervals_for_One_Population/7.03%3A_Sample_Size_Calculation_for_a_Proportion](https://stats.libretexts.org/Bookshelves/Introductory_Statistics/Mostly_Harmless_Statistics_(Webb)/07%3A_Confidence_Intervals_for_One_Population/7.03%3A_Sample_Size_Calculation_for_a_Proportion)

MacEwan University Open, B. (2024). *Margin of error and sample size calculation for proportion*. Obtenido de MacEwan University Open, Books: <https://openbooks.macewan.ca/introstats/chapter/10-4-margin-of-error-and-sample-size-calculation-for-proportion/>

Madrigal Torres, B. E. (2024). *Liderazgo y habilidades directivas*. McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://ebooks7-24-com-uh.knimbus.com/?il=40620>

Martínez, J. A. (2023). *Gestión estratégica y análisis CAME: Del diagnóstico a la acción empresarial*. Editorial Pirámide. Obtenido de <https://www.editorialpiramide.es/gestion-estrategica-came>

Martul Hernández, B. (2023). *Naturaleza y bienestar emocional: Shinrin-yoku*. Libsa. Obtenido de <https://www.amazon.es/Naturaleza-Bienestar-Emocional-Shinrin-Yoku-Zen/dp/8466242511>

McCombes, S. (31 de julio de 2023). *What is simple random sampling? | Definition & examples*. Obtenido de Simply Psychology: <https://www.simplypsychology.org/simple-random-sampling.html>

- Mora Ortega, T. D. (2024). Contribución de la responsabilidad social a los objetivos de desarrollo sostenible en la empresa familiar costarricense: un estudio de casos. *Revista De Ciencias Económicas*, 43(1), e56037. doi:<https://doi.org/10.15517/rce.v43i1.56037>
- Pavía, I. (2012). *Organización empresarial y de recursos humanos*. IC Editorial: Málaga.
- Peiró, J. M. (2022). *Psicología del trabajo y de las organizaciones (3.ª ed.)*. Editorial Síntesis. Obtenido de <https://www.sintesis.com>
- Qualtrics. (5 de febrero de 2024). *How to determine sample size*. Obtenido de Qualtrics: <https://www.qualtrics.com/articles/strategy-research/determine-sample-size/>
- Qualtrics. (s.f.). *Margin of error guide & calculator*. Obtenido de Margin of error guide & calculator: <https://www.qualtrics.com/articles/strategy-research/margin-of-error/>
- Quispe, H. S. (2023). *Clima organizacional y satisfacción laboral en trabajadores universitarios*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi. Perú. Obtenido de <https://doi.org/10.35622/inudi.b.070>
- Ranchero Ventura, P. (6 de 3 de 2023). *La implicación ciudadana como forma de participación asociativa en la gobernanza: Su medición*. VIII Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales. Obtenido de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.17263/ev.17263.pdf
- Rica, C. (1984). Ley N.º 6970: Ley de asociaciones solidaristas. *Diario Oficial La Gaceta*.
- Rodríguez, J. M. (2022). *Planificación estratégica y análisis FODA: Guía práctica para la toma de decisiones empresariales*. McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://www.mheducation.es/planificacion-estrategica-foda>
- Rodríguez-Pinto, J. (2023). *Gestión del impacto organizacional: Estrategias para la sostenibilidad*. Editorial Síntesis. Obtenido de <https://www.sintesis.com>
- Salas, K. (21 de 02 de 2017). Empresa Procesados Frescos, S.A. (H. Alfaro, Entrevistador)

- Saunders, M. L. (2023). *Research methods for business students (9.ª ed.)*. Pearson. Obtenido de <https://www.pearson.com/store/p/research-methods-for-business-students/P100003465475>
- Saunders, M. L. (2023). *Research methods for business students (9th ed.)*. Pearson. Obtenido de <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/research-methods-for-business-students/P200000003179/9781292406499>
- Seguros, I. N. (2022). *Regulación y supervisión del sector solidarista*. INS. Obtenido de <https://www.ins.cr/regulacion/solidarismo>
- Star, T. C. (06 de 03 de 2026). *Britt Coffee Costa Rica Divides its Business to Grow its Presence*. Obtenido de https://news.co.cr/britt-coffee-costa-rica-divides-business-grow-presence/66009/?utm_source=chatgpt.com
- Stiglitz, J. E.-P. (2022). *For good measure: Advancing research on well-being metrics beyond GDP*. OECD Publishing. Obtenido de <https://doi.org/10.1787/53f5e594-en>
- Taherdoost, H. (2022). *Research methodology and critical thinking: Data collection and analysis*. Independently published. Obtenido de <https://www.amazon.com/Research-Methodology-Critical-Thinking-Collection/dp/B0B2XKQV8Y>
- TAMAYO CEVALLOS, C. D. (2018). De la responsabilidad social empresarial al balance social. *Cofin [online]*. 2018, vol.12, n.1. *Cofin [online]*. 2018, vol.12, pp. 304-320.
- Trujillo Vargas, J. J. (2023). *Fórmulas para una comunicación organizacional efectiva*. Tecnos. Obtenido de <https://www.tecnos.es/libro/otras-publicaciones/formulas-para-una-comunicacion-organizacional-efectiva-jose-jesus-trujillo-vargas-9788430987559/>
- well-being, M. (2023). *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2023). How's life? 2023*. OECD Publishing. Obtenido de https://www.oecd.org/en/publications/how-s-life-2023_143b2773-en.html

ANEXOS

ANEXO 1 BASE DEL SISTEMA CODEAS

ASOBRITT

Núcleo de Clientes / Asociados

ID Asociado	Status	ID Asociado	Status	ID Asociado	Status
X00	Activo	XS853	Activo	XT284	Activo
X01	Activo	XS854	Activo	XT288	Activo
XS1001	Activo	XS887	Activo	XT29	Activo
XS1023	Activo	XS907	Activo	XT293	Activo
XS1036	Activo	XS909	Activo	XT298	Activo
XS1041	Activo	XT100	Activo	XT299	Activo
XS109	Activo	XT104	Activo	XT30	Activo
XS1095	Activo	XT13	Activo	XT300	Activo
XS1111	Activo	XT149	Activo	XT301	Activo
XS1121	Activo	XT155	Activo	XT309	Activo
XS1132	Activo	XT161	Activo	XT311	Activo
XS1136	Activo	XT162	Activo	XT312	Activo
XS1141	Activo	XT166	Activo	XT316	Activo
XS1257	Activo	XT168	Activo	XT318	Activo
XS1265	Activo	XT169	Activo	XT319	Activo
XS160	Activo	XT170	Activo	XT320	Activo
XS208	Activo	XT172	Activo	XT322	Activo
XS235	Activo	XT174	Activo	XT323	Activo
XS236	Activo	XT176	Activo	XT327	Activo
XS264	Activo	XT177	Activo	XT333	Activo
XS285	Activo	XT178	Activo	XT336	Activo
XS288	Activo	XT183	Activo	XT337	Activo
XS303	Activo	XT190	Activo	XT338	Activo
XS340	Activo	XT201	Activo	XT341	Activo
XS346	Activo	XT210	Activo	XT343	Activo
XS382	Activo	XT215	Activo	XT349	Activo
XS409	Activo	XT216	Activo	XT351	Activo
XS495	Activo	XT220	Activo	XT352	Activo
XS497	Activo	XT222	Activo	XT353	Activo
XS526	Activo	XT227	Activo	XT354	Activo
XS539	Activo	XT228	Activo	XT357	Activo
XS544	Activo	XT229	Activo	XT359	Activo
XS563	Activo	XT23	Activo	XT361	Activo
XS572	Activo	XT231	Activo	XT362	Activo
XS629	Activo	XT236	Activo	XT367	Activo
XS641	Activo	XT241	Activo	XT370	Activo

XS651	Activo	XT246	Activo	XT372	Activo
XS660	Activo	XT248	Activo	XT378	Activo
XS713	Activo	XT249	Activo	XT384	Activo
XS729	Activo	XT258	Activo	XT389	Activo
XS788	Activo	XT26	Activo	XT39	Activo
XS826	Activo	XT390	Activo	XT471	Activo
XT265	Activo	XT391	Activo	XT472	Activo
XT266	Activo	XT392	Activo	XT474	Activo
XT267	Activo	XT396	Activo	XT475	Activo
XT273	Activo	XT398	Activo	XT476	Activo
XT281	Activo	XR665	Activo	XT477	Activo
XT282	Activo	XR728	Activo	XT478	Activo
XT4	Activo	XR73	Activo	XT479	Activo
XT401	Activo	XX11	Activo	XT482	Activo
XT402	Activo	XX13	Activo	XT485	Activo
XT406	Activo	XX14	Activo	XT486	Activo
XT407	Activo	XX16	Activo	XT488	Activo
XT409	Activo	XX17	Activo	XT489	Activo
XT411	Activo	XX2	Activo	XT490	Activo
XT414	Activo	XX20	Activo	XT491	Activo
XT422	Activo	XX21	Activo	XT493	Activo
XT425	Activo	XX25	Activo	XT494	Activo
XT426	Activo	XX26	Activo	XT495	Activo
XT43	Activo	XX27	Activo	XT496	Activo
XT430	Activo	XX28	Activo	XT497	Activo
XT431	Activo	XX32	Activo	XT499	Activo
XT432	Activo	XX35	Activo	XT5	Activo
XT433	Activo	XX36	Activo	XT50	Activo
XT436	Activo	XX43	Activo	XT52	Activo
XT439	Activo	XX50	Activo	XT61	Activo
XT440	Activo	XX55	Activo	XT70	Activo
XT442	Activo	XX57	Activo	XT79	Activo
XT444	Activo	XX6	Activo	XT81	Activo
XT446	Activo	XX64	Activo	XT93	Activo
XT448	Activo	XX66	Activo	XT95	Activo
XT449	Activo	XX67	Activo	XR136	Activo
XT450	Activo	XX68	Activo	XR137	Activo
XT451	Activo	XX69	Activo	XR194	Activo
XT453	Activo	XX73	Activo	XR197	Activo
XT455	Activo	XX74	Activo	XR198	Activo
XT457	Activo	XX75	Activo	XR2	Activo
XT458	Activo	XX77	Activo	XR200	Activo
XT459	Activo	XX9	Activo	XR206	Activo
XT460	Activo	XK136	Activo	XR207	Activo

XT463	Activo	XK137	Activo	XR208	Activo
XT464	Activo	XK143	Activo	XR218	Activo
XT465	Activo	XK157	Activo	XR2474	Activo
XT466	Activo	XK159	Activo	XR263	Activo
XT467	Activo	XK189	Activo	XR297	Activo
XT468	Activo	XK208	Activo	XR3304	Activo
XT47	Activo	XK210	Activo	XR437	Activo
XT470	Activo	XK211	Activo	XR46	Activo
XK239	Activo	XK221	Activo	X4601	Activo
XK248	Activo	XK226	Activo	X4605	Activo
XK250	Activo	XK229	Activo	X4610	Activo
XK251	Activo	XK230	Activo	X4615	Activo
XK255	Activo	XK235	Activo	X4617	Activo
XK256	Activo	X4085	Activo	X4624	Activo
XK259	Activo	X43	Activo	X4626	Activo
XK261	Activo	X4328	Activo	X4630	Activo
XK262	Activo	X4338	Activo	X4633	Activo
XK263	Activo	X4347	Activo	X4635	Activo
XK264	Activo	X4365	Activo	X4642	Activo
XK266	Activo	X4368	Activo	X4646	Activo
XK267	Activo	X4375	Activo	X4649	Activo
XK268	Activo	X4381	Activo	X4653	Activo
XK273	Activo	X4390	Activo	X4654	Activo
XK275	Activo	X4391	Activo	X4656	Activo
XK280	Activo	X4394	Activo	X4657	Activo
XK32	Activo	X4398	Activo	X4659	Activo
XK87	Activo	X4400	Activo	X4660	Activo
X1036	Activo	X4401	Activo	X4662	Activo
X1540	Activo	X4403	Activo	X4665	Activo
X1592	Activo	X4405	Activo	X4671	Activo
X1775	Activo	X4407	Activo	X4672	Activo
X1880	Activo	X4418	Activo	X4678	Activo
X1898	Activo	X4419	Activo	X4679	Activo
X2004	Activo	X4445	Activo	X4681	Activo
X2081	Activo	X4446	Activo	X4685	Activo
X2095	Activo	X4457	Activo	X4687	Activo
X2170	Activo	X4459	Activo	X4688	Activo
X2261	Activo	X4463	Activo	X4690	Activo
X2815	Activo	X4464	Activo	X4691	Activo
X2922	Activo	X4473	Activo	X4694	Activo
X3023	Activo	X4479	Activo	X4695	Activo
X3053	Activo	X4489	Activo	X4697	Activo
X3054	Activo	X4491	Activo	X4698	Activo
X3336	Activo	X4492	Activo	X4699	Activo

X3433	Activo	X4498	Activo	X4701	Activo
X3644	Activo	X4512	Activo	X4703	Activo
X3731	Activo	X4530	Activo	X4704	Activo
X3734	Activo	X4535	Activo	X4706	Activo
X3813	Activo	X4537	Activo	X4707	Activo
X3825	Activo	X4551	Activo	X4710	Activo
X3843	Activo	X4553	Activo	X4722	Activo
X3879	Activo	X4556	Activo	X4728	Activo
X3938	Activo	X4557	Activo	X4731	Activo
X4028	Activo	X4570	Activo	X4732	Activo
X4035	Activo	X4576	Activo	X4738	Activo
X4739	Activo	X4579	Activo	X4921	Activo
X4740	Activo	X4580	Activo	X4927	Activo
X4742	Activo	X4584	Activo	X4929	Activo
X4746	Activo	X4587	Activo	X4931	Activo
X4751	Activo	X4598	Activo	X4932	Activo
X4757	Activo	X5042	Activo	X4933	Activo
X4774	Activo	X5046	Activo	X4934	Activo
X4777	Activo	X5047	Activo	X4937	Activo
X4780	Activo	X5048	Activo	X4941	Activo
X4790	Activo	X5049	Activo	X4942	Activo
X4791	Activo	X5050	Activo	X4944	Activo
X4821	Activo	X5055	Activo	X4946	Activo
X4822	Activo	X5056	Activo	X4947	Activo
X4823	Activo	X5057	Activo	X4948	Activo
X4824	Activo	X5060	Activo	X4950	Activo
X4829	Activo	X5065	Activo	X4953	Activo
X4833	Activo	X5070	Activo	X4954	Activo
X4838	Activo	X5080	Activo	X4955	Activo
X4839	Activo	X5082	Activo	X4959	Activo
X4841	Activo	X5086	Activo	X4968	Activo
X4850	Activo	X5087	Activo	X4969	Activo
X4853	Activo	X5088	Activo	X4975	Activo
X4859	Activo	X5089	Activo	X4977	Activo
X4864	Activo	X5091	Activo	X4981	Activo
X4871	Activo	X5092	Activo	X4983	Activo
X4872	Activo	X5094	Activo	X4989	Activo
X4874	Activo	X5097	Activo	X4990	Activo
X4879	Activo	X5100	Activo	X4995	Activo
X4880	Activo	X5102	Activo	X4997	Activo
X4882	Activo	X5111	Activo	X5000	Activo
X4883	Activo	X5113	Activo	X5002	Activo
X4884	Activo	X5114	Activo	X5005	Activo
X4885	Activo	X5117	Activo	X5007	Activo

X4891	Activo	X5122	Activo	X5009	Activo
X4898	Activo	X5123	Activo	X5012	Activo
X4899	Activo	X5127	Activo	X5014	Activo
X4900	Activo	X5131	Activo	X5015	Activo
X4904	Activo	X5132	Activo	X5018	Activo
X4905	Activo	X5134	Activo	X5019	Activo
X4914	Activo	X5135	Activo	X5021	Activo
X4917	Activo	X5137	Activo	X5026	Activo
X4920	Activo	X5141	Activo	X5028	Activo
X5209	Activo	X5142	Activo	X5029	Activo
X5210	Activo	X5143	Activo	X5034	Activo
X5211	Activo	X5146	Activo	X5035	Activo
X5212	Activo	X5148	Activo	X5036	Activo
X5213	Activo	X5149	Activo	X5038	Activo
X5214	Activo	X5152	Activo	X5324	Activo
X5216	Activo	X5153	Activo	X5325	Activo
X5218	Activo	X5154	Activo	X5327	Activo
X5219	Activo	X5157	Activo	X5328	Activo
X5226	Activo	X5160	Activo	X5329	Activo
X5227	Activo	X5161	Activo	X5330	Activo
X5229	Activo	X5172	Activo	X5331	Activo
X5232	Activo	X5175	Activo	X582	Activo
X5233	Activo	X5177	Activo	X627	Activo
X5234	Activo	X5179	Activo	X70	Activo
X5239	Activo	X5180	Activo	X800	Activo
X5241	Activo	X5181	Activo	X913	Activo
X5242	Activo	X5182	Activo		
X5245	Activo	X5184	Activo		
X5246	Activo	X5185	Activo		
X5247	Activo	X5186	Activo		
X5249	Activo	X5189	Activo		
X5250	Activo	X5190	Activo		
X5252	Activo	X5191	Activo		
X5253	Activo	X5192	Activo		
X5255	Activo	X5198	Activo		
X5259	Activo	X5202	Activo		
X5260	Activo	X5203	Activo		
X5261	Activo	X5205	Activo		
X5263	Activo	X5208	Activo		
X5264	Activo	X5292	Activo		
X5266	Activo	X5293	Activo		
X5268	Activo	X5294	Activo		
X5269	Activo	X5296	Activo		

Total de registros:	650
----------------------------	------------

X5272	Activo	X5297	Activo
X5273	Activo	X5298	Activo
X5274	Activo	X5299	Activo
X5275	Activo	X5300	Activo
X5277	Activo	X5302	Activo
X5280	Activo	X5303	Activo
X5281	Activo	X5305	Activo
X5282	Activo	X5306	Activo
X5285	Activo	X5307	Activo
X5286	Activo	X5308	Activo
X5287	Activo	X5309	Activo
X5288	Activo	X5310	Activo
X5291	Activo	X5312	Activo
X5317	Activo	X5313	Activo
X5321	Activo	X5314	Activo
X5322	Activo	X5315	Activo
X5323	Activo	X5316	Activo

ANEXO 2 DECLARACIÓN JURADA

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Hellen Alfaro Oviedo, mayor de edad, número de identificación 2-0523-0193 en condición de egresada de la carrera de **MAESTRÍA PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN GERENCIA** de la Universidad Hispanoamericana, y advertida de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que para optar por el título de Maestría, mi trabajo de graduación titulado **“El modelo solidaria como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el bienestar de los asociados: estudio de caso de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines, para el primer semestre 2026.”** es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las leyes penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derecho Conexos, número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en el Diario Oficial La Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; especialmente el numeral 70 de dicha Ley en el que se establece: “Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original”. Asimismo, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo, en fe de lo anterior, en la ciudad de San José, el 15 de junio del año dos mil veintiséis.



Hellen Alfaro Oviedo
Identificación número 2-0523-0193

ANEXO 3 FORMATO DE CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA ENTIDAD PARA REALIZAR EL TFG



Heredia, 27 de marzo del 2026

Señora
Hellen Alfaro
Estudiante de Maestría en Administración de Empresas
Énfasis en Gerencia
Universidad Hispanoamérica

Estimada señora Alfaro:

Reciba un cordial saludo.

Por medio de la presente, acusamos recibo de su amable solicitud para realizar su trabajo de investigación y/o tesis de maestría titulada **“El modelo solidarista como instrumento de responsabilidad social empresarial y su impacto en el bienestar de los asociados: estudio de caso de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines”**, a desarrollarse durante el primer semestre del año 2026.

Luego de valorar su propuesta académica y el propósito del estudio, nos complace manifestarle que, **en principio**, la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines expresa su **anuencia para colaborar** con el proceso de investigación, reconociendo la relevancia del tema y su aporte al análisis del modelo solidarista como un instrumento de bienestar social, económico y personal para los asociados, así como su contribución a la responsabilidad social empresarial.

No obstante, es importante indicarle que toda la información que eventualmente sea facilitada por la Asociación estará sujeta a **criterios estrictos de confidencialidad**, por lo que deberá ser utilizada **únicamente con fines académicos**, en el marco del trabajo de investigación indicado, y no podrá ser divulgada, reproducida ni compartida con terceros sin autorización escrita previa de la Asociación.

De manera expresa, se considerará información confidencial, entre otra, la siguiente:

- Información financiera y contable de la Asociación.



- Información personal del cuerpo administrativo, colaboradores y asociados.
- Datos sensibles relacionados con los asociados.
- Información sobre proyectos, inversiones, estrategias o planes de desarrollo.
- Cualquier otra información que, por su naturaleza, sea considerada sensible o reservada para la entidad.

Asimismo, se le informa que **todo el material, instrumentos de recolección de datos, resultados preliminares y versión final del trabajo** que involucren información de la Asociación deberán ser sometidos previamente a **revisión y aprobación** por parte del **Fiscal y del Presidente de la Asociación Solidarista** o, en caso de ausencia de este último, por la persona que el Presidente designe formalmente para tales efectos.

La colaboración de la Asociación quedará sujeta al cumplimiento de lo anteriormente indicado y a la suscripción, de ser requerido, de un **acuerdo de confidencialidad**, el cual formalizará las obligaciones de ambas partes respecto al manejo responsable de la información.

Agradecemos el interés demostrado en nuestra Asociación y le deseamos el mayor de los éxitos en su proceso académico. Quedamos atentos a que nos haga llegar cualquier información adicional que se requiera para continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

JOSE
FRANCISCO
CALDERON
ARTAVIA (FIRMA)

Firmado digitalmente por
JOSE FRANCISCO CALDERON
ARTAVIA (FIRMA)
Fecha: 2026.03.27 14:03:37
-06'00'

Jose Francisco Calderón Artavia
Presidente
Asociación Solidarista de Empleados de
Café Britt Costa Rica S.A. y Afines

ANEXO 4 CARTA DE TUTOR



San José, 15 junio de 2026

*Departamento de registro
Carrera Administración de Empresas
Universidad Hispanoamericana*

Estimado(a) señor(a):

La estudiante Hellen Alfaro Oviedo, identificación número: 2-0523-0193, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado: "El modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el bienestar de los asociados: estudio de caso de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines, para el primer semestre 2026", la cual ha elaborado para optar por el grado MAESTRÍA PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN GERENCIA.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	30%	30
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEÓRICO	20%	20
	TOTAL		100

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

**MAURICIO GARITA
SEGURA (FIRMA)**

Firmado digitalmente por
MAURICIO GARITA SEGURA
(FIRMA)
Fecha: 2026.06.15 14:28:37
-06'00'

Mauricio Garita Segura

Cédula 401790688

ANEXO 5 CARTA DE LECTOR



San José, 26 de junio del 2026.

Señoras y señores
Facultad de Ciencias Económicas
Departamento de Servicios Estudiantiles
Universidad Hispanoamericana

Estimadas personas:

La estudiante, Hellen Alfaro Oviedo, cedula número: 2-0523-0193, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado: **"Percepciones El modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el bienestar de los asociados: estudio de caso de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines, para el primer semestre 2026"**; el cual ha elaborado para optar por el grado de MBA en Administración con Énfasis en Gerencia.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

RODOLFO
ANDRES ROJAS
ASTORGA

Firmado digitalmente por
RODOLFO ANDRES ROJAS
ASTORGA
Fecha: 2026.06.26 09:25:25
-06'00'

Atentamente,

Mba. Rodolfo Andrés Rojas Astorga.

Cédula. 303700537.

ANEXO 6 LICENCIA Y AUTORIZACIÓN AL CENIT PARA EL USO DEL TFG

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN

San José, 15 de junio de 2026

Señores:

Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

La suscrita **Hellen Alfaro Oviedo**, con número de identificación **2-0523-0193** autora del trabajo de graduación titulado ***“El modelo solidarista como instrumento de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el bienestar de los asociados: estudio de caso de la Asociación Solidarista de Empleados de Café Britt Costa Rica S.A. y Afines, para el primer semestre 2026.”*** presentado y aprobado en el año 2026 como requisito para optar por el título de MAESTRÍA PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN GERENCIA, SI autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que, con fines académicos, SI muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,

HELLEN
ALFARO
OVIEDO
(FIRMA)



Digitally signed by
HELLEN ALFARO
OVIEDO (FIRMA)
Date: 2026.06.15
14:44:48 -06'00'

Firma
Cedula 2-0523-0193

**ANEXO 7 (Versión en línea dentro del Repositorio)
LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y
PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.