

UNIVERSIDAD NACIONAL
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO
ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES
POSGRADO PROFESIONAL EN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y
SOSTENIBILIDAD

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD PARA EL COLEGIO DE PERIODISTAS Y
PROFESIONALES EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA
DE COSTA RICA

ANDREA ACUÑA PIEDRA
ALEXIA QUIRÓS ROJAS

HEREDIA, COSTA RICA, 2024

Trabajo presentado para optar al grado de Magíster en Responsabilidad Social y Sostenibilidad. Cumple con los requisitos establecidos por el Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional. Heredia. Costa Rica.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Máster Roy Mora Vega

Coordinador Programa de Posgrados

Máster Andrea Morales Mata

Representante de la Dirección de Escuela

Máster Miguel Vallejo Solís

Profesor Seminario Práctica Dirigida

Máster Emmanuel Pérez Miranda

Asesor especialista

Andrea Acuña Piedra

Alexia Quirós Rojas

Sustentantes

Resumen

Los colegios profesionales existen con el fin de proteger el bienestar de las personas agremiadas, al mismo tiempo velan porque el ejercicio profesional se ejerza de manera responsable y éticamente correcto. El Colegio de Periodistas y Profesionales de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (COLPER), creado en 1969, se conforma por alrededor de 2600 personas agremiadas de siete perfiles profesionales, tiene como misión apoyar y fomentar el ejercicio profesional de las personas comunicadoras, bajo principios éticos y de excelencia, de manera que se incida de manera positiva en el acceso a la información, la libertad de prensa y el fortalecimiento de la democracia.

La esencia de ser del COLPER en sí misma tiene un gran compromiso social. Considerando que la sostenibilidad contribuye no solo a este aspecto, sino también al beneficio ambiental, económico y la gobernanza, su inclusión en la operación del Colegio puede incrementar la calidad de los servicios que brinda. De esta manera, son las Estrategias de Sostenibilidad herramientas que permiten organizar esfuerzos, generando beneficios para las organizaciones que las implementan y sus partes interesadas.

Debido a lo mencionado, el objetivo de este proyecto es el diseño de la Estrategia de Sostenibilidad para el COLPER con enfoque de triple utilidad, para la toma adecuada de decisiones. Dicha estrategia se desarrolló a partir del análisis teórico del contexto de la organización, seguidamente se procedió a la identificación, priorización y consulta a partes interesadas. Fueron las personas colaboradoras y miembros de Junta Directiva quienes determinaron las partes interesadas más relevantes y la forma como estas debieron ser consultadas: estudiantes de comunicación, personal COLPER, miembros de órganos, empleadores, sindicato, medios de comunicación, entre otros.

Luego, se realizó un taller para el análisis de materialidad. Una vez definida la herramienta idónea para dicho taller, las personas participantes determinaron cuáles son los impactos más relevantes para el Colegio (temas materiales). Al reunir toda la información teórica, así como la recopilada en consultas y talleres, se definieron los ejes y objetivos estratégicos, los proyectos, su alcance y alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Se elaboraron planes de acción con las respectivas actividades, indicadores, metas, líneas base, recursos y responsables. Estos planes de acción tomaron en consideración los planes

operativos y planes estratégicos existentes. Finalmente, se definió el propósito y lema de la estrategia, así como recomendaciones para su implementación y gestión a lo largo de tiempo.

De esta manera, la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER 2024-2028 se conformó con cuatro ejes o pilares. El Eje 1: “Libertar de comunicación responsable y sostenible”. Eje 2: “Bienestar y dignificación de nuestra gente”, el cual se enfoca en el beneficio de las personas colaboradoras y agremiadas, dos de los principales grupos de interés del Colegio. El Eje 3: “Gobernanza para el desarrollo institucional” abarcó, por un lado, mejorar la labor del Colegio por medio de la eficiencia organizativa y armoniosa entre la Junta Directiva y la administración y, por otro, mejoras en las finanzas. Por último, el Eje 4: “Transmitiendo valor” nació con el objetivo de generar alianzas, al mismo tiempo que proyecta al COLPER como un referente en materia de sostenibilidad.

La implementación de la estrategia está a cargo de la Junta Directiva y de la administración, por lo tanto, una de las principales recomendaciones es la sinergia eficaz de esfuerzos entre ambas partes, así como la inevitable importancia de que esta sea aprobada por la Asamblea General de agremiados.

Esta herramienta de gestión permitirá al COLPER mejorar su eficiencia, reputación, proyección y vinculación, enfocando esfuerzos en aquellos impactos más importantes, para el beneficio de sus partes interesadas.

Abstract

Professional associations exist to protect the well-being of their members, at the same time ensuring that professional practice is carried out in a responsible and ethically correct manner. Colegio de Periodistas y Profesionales de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (COLPER), created in 1969, is made up of around 2,600 members of seven professional profiles. Its mission is supporting and promoting professional practice of communicators, under principles ethics and excellence, incentivizing a positive impact on access to information, freedom of the press and the strengthening of democracy.

The essence of COLPER itself has a great social commitment. Considering sustainability contributes not only to this aspect, as it promotes environmental, economic and governance benefits, its inclusion in the operation of the Professional Association can increase the quality of the services it provides. Thus, Sustainability Strategies are tools that allow organizing efforts, generating benefits for the organizations that implement them and their stakeholders.

Due to the above mentioned, the objective of this project is the design of the Sustainability Strategy for COLPER with a triple utility approach, for appropriate decision making. This strategy was developed from the theoretical analysis of the organization's context, followed by the identification, prioritization and consultation of interested parties. It was the collaborators and members of the Board of Directors who determined the most relevant interested parties and the way in which they should be consulted: communication students, COLPER staff, members of bodies, employers, union, media, among others.

Then, a workshop was held to analyze materiality. Once the ideal tool for said workshop was defined, the participants determined which were the most relevant impacts for the Professional Association (material issues). By gathering all the theoretical information, as well as that collected in consultations and workshops, the strategic axes and objectives, the projects, their scope and alignment with the Sustainable Development Goals were defined. Action plans were developed with the respective activities, indicators, goals, baselines, resources and those responsible. These action plans took into consideration existing

operational plans and strategic plans. Finally, the purpose and motto of the strategy were defined, as well as recommendations for its implementation and management over time.

In this way, the COLPER Sustainability Strategy 2024-2028 was made up with four axes or pillars. Axis 1: “Freeing responsible and sustainable communication.” Axis 2: “Well-being and dignity of our people”, which focuses on the benefit of collaborators and members, two of the main interest groups of the Professional Association. Axis 3: “Governance for institutional development” covered, on the one hand, improving the work of the Professional Association through organizational and harmonious efficiency between the Board of Directors and the administration and, on the other, improvements in finances. Finally, Axis 4: “Transmitting value” was born with the objective of generating alliances, at the same time projecting COLPER as a reference in sustainability.

The implementation of the strategy is in charge of the Board of Directors and the administration, therefore, one of the main recommendations is the effective synergy of efforts between both parties, as well as the inevitable importance of its approval by the General Assembly of members.

This management tool will allow COLPER to improve its efficiency, reputation, projection, and linkage, focusing efforts on the most important impacts, for the benefit of its interested parties.

Agradecimiento

Un sincero agradecimiento para el profesor Miguel, quien nos apoyó y brindó su guía en este proceso de construcción y aprendizaje. Gracias por ampliar nuestros conocimientos. También a Emmanuel, quien con su conocimiento e involucramiento a lo interno del COLPER hizo que este proceso fuera de gran éxito, nos dio luz y sobre todo nos brindó su guía con recomendaciones y lecciones aprendidas. Gracias por estar.

Gracias a las personas colaboradoras del COLPER, Comisión de Sostenibilidad, Junta Directiva y sus órganos, su apoyo fue de gran relevancia para concretar la Estrategia. Gracias por la apertura y anuencia en el proceso. Especialmente, gracias por su liderazgo a Yanancy y Maritza, quienes fueron excelentes lideresas en este proceso.

Gracias también a Ana Cristina, Karla y Olga, quienes como personas agremiadas al COLPER nos brindaron sus conocimientos, experiencia y anuencia en la construcción de la estrategia.

Dedicatoria

Porque solo UNO merece la dedicación absoluta en la vida:

Si, pues, coméis o bebéis, o hacéis otra cosa, hacedlo todo para la gloria de Dios.

1 Corintios 10:31

Gracias Dios mío, por tanto. ¡Gracias por TODO!

Erick, agradezco tanto a Dios por dármele como compañero de vida de este lado de la eternidad. Gracias por ser mi mejor amigo, por apoyarme en este proceso.

Mejores son dos que uno... cordón de tres dobleces no se rompe pronto. Eclesiastés 4:9,12

Mami y papi, gracias por sembrar tantas cosas buenas en mi vida que me han permitido llegar hasta aquí. Gracias a Dios por darme tan extraordinarios padres terrenales.

Alexia, juntas desde hace mucho. Gracias Dios por cruzar nuestros caminos.

En todo tiempo ama el amigo,

Y es como un hermano en tiempo de angustia. Proverbios 17:17

Andrea Acuña Piedra

A mi Dios todopoderoso que me ha dado la fortaleza y un montón de bendiciones para llegar hasta la culminación de esta gran etapa.

A Jack, por ser mi ancla y mi fortín en estos meses de estudio y trabajo arduo. A papi y mami, quienes me han apoyado para cumplir mis sueños. A Alexandra y Axel, quienes son mi motor. Ellos, que han estado acompañándome y ayudándome siempre.

A Andrea, quien ha estado en las buenas y en las malas y ha sido una persona de luz para mí. Y a todas esas personas lindas quienes han aportado de forma positiva en mi vida.

Alexia Quirós Rojas

Índice

Resumen.....	III
Abstract	V
Agradecimiento	VII
Dedicatoria	VIII
Lista de cuadros.....	XI
Lista de figuras.....	XI
Lista de abreviaturas	XII
Descriptores.....	XIII
Descriptors	XIII
Introducción	1
<i>Planteamiento del problema</i>	1
<i>Justificación</i>	2
<i>Objetivos</i>	6
Capítulo I: Marco Teórico.....	7
<i>La comunicación</i>	7
<i>Papel de la persona comunicadora</i>	8
<i>Colegios profesionales</i>	9
<i>Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (COLPER)</i>	10
<i>Desarrollo sostenible</i>	15
<i>Triple utilidad</i>	16
<i>Responsabilidad Social</i>	17
<i>Partes Interesadas</i>	19
<i>Materialidad</i>	20
<i>Estrategia de Sostenibilidad</i>	24
Capítulo II: Marco metodológico.....	26
<i>Análisis del contexto organizacional y benchmarking</i>	27
<i>Identificación de expectativas de las partes interesadas</i>	29
<i>Análisis de materialidad</i>	35
<i>Definición de la Estrategia de Sostenibilidad</i>	38
Capítulo III: Análisis del contexto organizacional y <i>benchmarking</i>	39
<i>Análisis del contexto organizacional</i>	39
<i>Benchmarking</i>	42
<i>Identificación de impactos preliminares</i>	46
Capítulo IV: Identificación de expectativas de las partes interesadas.....	50
<i>Identificación y priorización de partes interesadas</i>	50

<i>Consulta a partes interesadas</i>	52
<i>Temas de impacto prioritarios</i>	71
Capítulo V: Análisis de materialidad	73
<i>Evaluación de los temas de impacto</i>	73
<i>Agrupación de temas materiales</i>	76
Capítulo VI: Diseño de la Estrategia de Sostenibilidad de COLPER	79
<i>Bases de la estrategia: Ejes y objetivos estratégicos, y definición de proyectos</i>	79
<i>Planes de acción de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER 2024-2028</i>	81
<i>Alineamiento con ODS</i>	94
<i>Factores críticos para la implementación de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER 2024-2028</i>	97
Capítulo VII: Conclusiones y recomendaciones	103
Anexos.....	108
Referencias.....	144

Lista de cuadros

Cuadro 1. Ejemplos de alta influencia y dependencia (Tomado de: AccountAbility, 2006).....	31
Cuadro 2. Detalle partes interesadas, muestra y métodos de consulta a utilizar.....	33
Cuadro 3. Funciones de los órganos del COLPER (Tomado de COLPER, s.f)	40
Cuadro 4. Resultados del benchmarking.	45
Cuadro 5. Impactos identificados preliminares en estándares relacionados con sostenibilidad. (Tomado de GRI (2022), IFRS Foundation (2023), S&P Global (2022), INTECO (2010)).....	47
Cuadro 6. Impactos identificados y validados por la Comisión de Sostenibilidad del COLPER. ...	48
Cuadro 7. Impactos contemplados en la consulta a partes interesadas	53
Cuadro 8. Detalle de respuestas y métodos de consulta propuestos en comparación a los obtenidos al finalizar la consulta a partes interesadas.	55
Cuadro 9. Temas de impacto finales a someter a análisis de materialidad	71
Cuadro 10. Resultado análisis de materialidad por grupos de trabajo.....	73
Cuadro 11. Agrupación de temas materiales según similitud.	76
Cuadro 12. Desglose del plan de acción para Eje 1: Libertad de comunicación responsable y sostenible.....	83
Cuadro 13. Desglose del plan de acción para Eje 2: Bienestar y dignificación de nuestra gente ...	85
Cuadro 14. Desglose del plan de acción para Eje 3: Gobernanza para el desarrollo institucional.	88
Cuadro 15. Desglose del plan de acción para Eje 4: Transmitiendo valor.....	90
Cuadro 16. Alineamiento de ejes y proyectos con los ODS y sus metas.....	94

Lista de figuras

Figura 1. Fines que refleja la Ley N°4420 del Colegio de Periodistas. (Tomado de la Procuraduría General de la República 1969).	11
Figura 2. Organigrama Institucional del COLPER.	12
Figura 3. Proceso para la determinación de los temas materiales según GRI	22
Figura 4. Proceso para la determinación de los temas materiales según KPMG	22
Figura 5. Proceso para la determinación de los temas materiales según AccountAbility.	23
Figura 6. Etapas que conforman el marco metodológico para el diseño de la Estrategia de Sostenibilidad de COLPER. (Tomado de Vallejo, 2023).	26
Figura 7. Proceso para priorización de partes interesadas. (Tomado Arce, 2022).....	32
Figura 8. Criterios de evaluación para análisis de materialidad en el COLPER.....	36
Figura 9. Partes interesadas prioritarias del COLPER.....	50
Figura 10. Partes interesadas prioritarias del COLPER desagregadas	52
Figura 11. Ejes y objetivos estratégicos de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER.	79
Figura 12. Proyectos propuestos por cada eje de la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER....	81
Figura 13. Factores críticos para la implementación de la Estrategia en el COLPER.....	97
Figura 14. Propósito y lema de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER 2024-2028.....	101

Lista de abreviaturas

AA	Aseguramiento (AccountAbility)
ADIF	Administrador de Infraestructuras Ferroviarias
AED	Alianza Empresarial para el Desarrollo
ASG	Ambiental, Social y Gobernanza
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CFIA	Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos de Costa Rica
COLPER	Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica
COLYPRO	Colegio de Licenciados y Profesores en Letras, Filosofía, Ciencias y Artes
EDT	Estructura Detallada de Trabajo
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
GRI	Global Reporting Initiative
INTECO	Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica
IPLEX	Instituto de Prensa y Libertad de Expresión
ISO	Organización Internacional de Normalización (siglas en inglés)
KPMG	Klynveld Peat Marwick Goerdeler
MEIC	Ministerio de Economía, Industria y Comercio
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
ODM	Objetivos de Desarrollo del Milenio
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OE	Objetivo Específico
PAO	Plan Anual Operativo
RAE	Real Academia Española
SASB	Sustainability Accounting Standards Board (siglas en inglés)
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Descriptores

- Colegios profesionales
- Ciencias de la comunicación
- Sostenibilidad
- Análisis de materialidad
- Estrategia de Responsabilidad Social

Descriptors

- Professional associations
- Communication Sciences
- Sustainability
- Materiality analysis
- Social Responsibility Strategy

Introducción

Planteamiento del problema

La comunicación tiene un papel fundamental en la sociedad, especialmente en la actualidad donde se tiene acceso a todo tipo de información de manera rápida y gratuita. Las personas profesionales en comunicación han visto la necesidad de transformar sus funciones de solo generar y difundir información de manera aislada, a ser estrategias a quienes se les demanda liderazgo y dirección en un mundo rápidamente cambiante (Solís, 2020).

Esta situación representa una gran oportunidad, pues los profesionales en este campo tienen una mayor exposición que les permite ser agentes de cambio que, si así lo desean, puede reflejarse en beneficios para la sociedad; sin embargo, este auge en la profesión también conlleva varios problemas y retos. El deseo o necesidad de llegar a un público receptor mucho más amplio puede hacer que surja la tentación de utilizar prácticas irresponsables, poco éticas, o bien, las situaciones en sí mismas ocasionan descuidos que provocan una comunicación inapropiada, es así como la ética personal y profesional se ha visto más comprometida, cuestionada y expuesta (Alsina, 2019). Además, se ha aumentado la demanda de recursos requeridos en la persona comunicadora, lo que trae como consecuencia condiciones de vida sometidas a mayor presión y con ello problemas de salud física y mental, relacionales, espirituales y económicos.

Otro reto que enfrentan es la necesidad de una constante actualización y entendimiento del mundo cambiante, para articular coherentemente la teoría y la práctica. Dentro de las temáticas actuales que urge se aborden, está la sostenibilidad. Las personas comunicadoras tienen el desafío de comprender de manera integral lo que la sostenibilidad representa; dejando de lado el enfoque aislado de temáticas ambientales (como inicialmente se percibía la sostenibilidad), sino que estas deben ser articuladas al ámbito social y por supuesto, económico y de gobernanza (UNESCO, 2017). Un entendimiento de la sostenibilidad a nivel personal, organizacional, nacional y mundial es un requisito indispensable en las personas comunicadoras actuales.

Ante esta realidad, el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (COLPER) ha identificado la necesidad y oportunidad de trabajar la

sostenibilidad en su modelo de gestión, por lo tanto, en su Plan de Trabajo 2023-2024 ha incluido como uno de sus ejes prioritarios la sostenibilidad (COLPER, 2023). Sin embargo, no cuenta con una estrategia basada en la consulta a sus partes interesadas y estudios de materialidad, ni con proyectos específicos que puedan articuladamente contribuir a la sostenibilidad, tanto a nivel organizacional del Colegio como en el quehacer de sus agremiados.

A partir de esta carencia, así como del interés del COLPER, surge la oportunidad de crear una Estrategia de Sostenibilidad para este colegio profesional, por medio de la cual se pueda definir el camino a seguir. El desarrollo de esta estrategia debe considerar responder a tres principales interrogantes:

- ¿Cuáles son las necesidades y perspectivas de las partes interesadas del COLPER en materia de sostenibilidad?
- ¿Cuáles son los impactos e injerencia de los colegiados en su ejercer profesional en relación con la sostenibilidad?
- ¿Cómo se puede potenciar el papel del Colegio en temas de sostenibilidad?

Justificación

El ser humano siempre ha sentido la necesidad de buscar, saber, obtener la información creada, expresada y transmitida por otros (Molina, Roque, Garcés, Rojas y Selín, 2015). La Real Academia Española define comunicar como “1. Hacer a una persona partícipe de lo que se tiene, 2. Descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo” (2023).

La comunicación ha marcado hitos e innovación en muchas compañías, no hay duda de la importancia que tiene en el mundo. Abre la puerta a empresas a nivel mundial a estar en contacto con sus cadenas de valor, conocer las tendencias, manifestar las acciones que implementan; interactuando con temas relevantes o no a nivel global.

Si se involucra la comunicación de una forma efectiva en las organizaciones se puede acceder a diversos beneficios como lo son el desarrollo de modelos de negocio sostenibles y en cumplimiento con una responsabilidad social adecuada. Tal como lo menciona la ISO

26000:2010, las empresas pueden minimizar sus riesgos sociales, ambientales y económicos mediante el desarrollo de una comunicación interna y externa, gestionada de forma cuidadosa, incluyendo a sus partes interesadas y con especial énfasis en la rendición de cuentas, transparencia y respeto a los derechos humanos (INTECO, 2010). Esta norma indica también la importancia del papel de la comunicación en la responsabilidad social, algunas funciones que cita son el aumento de la toma de conciencia, tanto dentro como fuera de la organización sobre sus estrategias, objetivos, planes de desempeño y retos, ayuda a las organizaciones a comprometerse y crear diálogo con las partes interesadas, permite que estas muestren cómo están cumpliendo sus compromisos en la materia, facilita información sobre los impactos de las actividades, productos y servicios, ayuda a motivar a las personas colaboradoras, facilita la comparación entre pares, estimulando así, mejoras en el desempeño, y, por último, mejora la reputación de las organizaciones por su actuar socialmente responsable (INTECO, 2010).

De esta manera se refleja como la comunicación y las personas comunicadoras han empezado a tomar un papel muy relevante para las organizaciones y la sociedad en general, pues como parte de su ejercicio profesional deben abordar temas de sostenibilidad que potencien y mejoren el quehacer de las organizaciones. El COLPER se ha percatado de este nuevo papel y responsabilidad que recae en las personas comunicadoras y en las organizaciones en general, por lo tanto, como parte de su quehacer debe generar insumos que permita a sus agremiados desempeñarse de manera exitosa, al mismo tiempo que como organización trabaja estratégicamente de forma sostenible.

Los colegios profesionales se crean en aras de proteger los derechos de quienes utilizan sus servicios, generando una serie de límites y obligaciones jurídicas, técnicas y éticas que el profesional en el campo debe observar y cumplir (Matamoros, 2020), el cual, además, menciona:

Los Colegios Profesionales también deben velar por el bienestar y realización de sus incorporados, por este motivo, sin que pueda contrariar su función esencial, la normativa legal ha contemplado, que dichas entidades brindan a su población agremiada programas de formación y actualización académica, actividades de

promoción y recreación, contenidos de investigación en el ámbito de sus diferentes ramas o participación en congresos en los cuales se debatían temas de interés nacional. (Matamoros, 2020, p. 5).

La Junta Directiva del COLPER se encuentra interesada en el diseño, desarrollo e implementación de una Estrategia de Sostenibilidad que enfoque acciones de triple utilidad en la labor diaria del Colegio como organización, y al mismo tiempo incluye proyectos que brinden herramientas a las personas agremiadas y colaboradoras, ayudándoles a ejercer su profesión con un enfoque de sostenibilidad, proporcionándoles así un valor agregado.

Actualmente, la Junta Directiva 2023-2024 como parte de su plan de trabajo llamado “Hacia un COLPER sostenible y en armonía con los ODS”, que tiene como objetivo “Transformar el modelo de gestión del COLPER para que sus acciones generen un impacto positivo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la comunidad nacional” (COLPER, 2023, p. 2), estableció una serie de objetivos y acciones en sostenibilidad bajo cuatro ejes: educación, modelo de gestión, Bandera Azul Ecológica y perfil del comunicador sostenible. Este plan da una guía de lo que se desea hacer, sin embargo, no cuenta con una Estrategia de Sostenibilidad que oriente el quehacer del Colegio de manera más organizada y visionaria, a mediano y largo plazo, no cuentan con un análisis de partes interesadas o análisis de temas materiales relevantes que prioricen las acciones y mitiguen sus principales impactos.

La UNESCO (2021) menciona la importancia y necesidad de mejorar la formación periodística para cubrir situaciones de crisis como medida para reducir futuras afecciones a su salud mental, al tiempo de promover mejores prácticas de salud ocupacional en las empresas mediáticas del país; pues el desconocimiento por parte de empleadores y compañeros de trabajo constituyen factores de riesgo asociados a problemas de salud mental, agravados por condiciones laborales precarias, sueldos bajos, horarios extendidos, tiempos ajustados, inestabilidad laboral, incremento de funciones y contextos riesgosos que se han ido normalizando dentro de la profesión. Y a ello se suma el poco conocimiento y acceso a tener una comunicación con conocimientos técnicos en sostenibilidad y relevancia de tener las bases teóricas para una comunicación sostenible.

Debido a razones como la anterior, la Junta Directiva del COLPER está interesada en trabajar es el bienestar de los agremiados, pues ha visto un deterioro en la salud de la población de comunicadores incorporados al Colegio por la inexistencia de una estrategia de intervención integral que mejore su calidad de vida; falta de acceso a capacitación y sensibilización en materia de desarrollo sostenible y del conocimiento para comunicar sosteniblemente, además, de reconocer la labor o generar incentivos para los colegiados que aplican e implementan comunicación sostenible en el país (COLPER, 2023).

No obstante, las Estrategias de Sostenibilidad o Estrategias para el Desarrollo Sostenible, definidas por el Comité de Ayuda al Desarrollo de la OCDE como "un proceso estratégico y participativo de análisis, debate, fortalecimiento de capacidades, planificación y acción hacia el desarrollo sostenible" (López, 2004, p. 63), destacan que debe ser un proceso participativo. Por lo tanto, al desarrollar una estrategia de esta índole, se podrá contar con opiniones tanto de agremiados como de otras partes interesadas, permitiendo que su formulación e implementación sean más eficientes, de mayor impacto, previniendo conflictos.

Además, Matamoros (2020) menciona que los colegios gremiales deben generar y asegurar mecanismos que les permitan asumir responsabilidad sobre sus impactos generados en su cadena de servicios, sin embargo, muchas veces es de gran complejidad y no atractivo para los tomadores de decisión, por eso, una forma de hacerlo es por medio del enfoque estratégico, el cual es necesario cuando se trata de resolver asuntos complejos que involucran a muchos participantes y con objetivos ambiciosos, como en este caso.

Por ello, el presente proyecto busca desarrollar una Estrategia de Sostenibilidad para el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (COLPER) que contemple todas sus actividades, ejecutando una identificación y priorización de partes interesadas e impactos en su cadena de valor.

Objetivos

General

Diseñar una Estrategia de Sostenibilidad para el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica con un enfoque de triple utilidad para la toma de decisiones.

Específicos

- Analizar el contexto, procesos, proyectos y enfoque organizacional del Colegio como punto de partida para la identificación de partes interesadas y temas materiales.
- Identificar las expectativas de las partes interesadas prioritarias del Colegio por medio de acercamientos que proporcionen información estratégica.
- Determinar los temas materiales del Colegio que fomenten la toma de decisión asertiva y adecuada al contexto de las ciencias de la comunicación y sus partes para la disminución de posibles impactos y riesgos asociados a sus procesos.
- Definir los elementos estratégicos que conforman la estrategia de sostenibilidad con triple utilidad, considerando proyectos con sus respectivos planes de acción para el trabajo diario del Colegio.

Capítulo I: Marco Teórico

El capítulo muestra un abordaje del marco referencial y conceptual para la elaboración de la Estrategia de Sostenibilidad del Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (COLPER). Inicialmente, se presenta un abordaje general de la actualidad sobre la comunicación, la importancia de los colegios profesionales, el funcionamiento de COLPER y su visión de sostenibilidad. Luego, la definición del marco conceptual de cómo crear Estrategias de Sostenibilidad. Se incluyen conceptos como sostenibilidad, responsabilidad social, triple utilidad y partes interesadas, además de contemplar posibles metodologías para realizar análisis de materialidad y creación de dichas estrategias.

La comunicación

En la actualidad, la comunicación ocupa un papel importante en el quehacer las personas, empresas y organizaciones, pues en cada instante se está entregando y recibiendo información. Según Gómez (2009), se asume la comunicación como un proceso de transmisión de información, aludiendo en la mayoría de ellos, una participación e implicación activa de las partes en dicho proceso; la misma autora menciona que la comunicación se actualiza mediante la retroalimentación o *feedback* como datos o ideas transmitidas entre varias partes.

Tal como lo menciona American Andragogy University (2022), la comunicación es la acción de intercambiar mensajes entre dos o más personas. La Real Academia Española define comunicar como “1. Hacer a una persona partícipe de lo que se tiene, 2. Descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo” (2023). Por lo tanto, en un proceso comunicativo habrá intercambio de información y opiniones entre ambas partes.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, conocida como FAO (s.f), señala que la comunicación es una de las habilidades más valoradas en el ámbito del desarrollo humano, pues permite a las personas entenderse a sí mismos y a los demás, con el fin de construir relaciones positivas, agilizar procesos y lograr el cumplimiento de los objetivos previamente establecidos, a través de los distintos canales (cara a cara, escritos, gráficos, digitales u otros).

A medida que el desarrollo tecnológico crece, hay mejores condiciones para las tecnologías de la comunicación, así como para la planificación y aplicación eficaz de acciones, actividades y programas de instancias a nivel mundial. Este aumento en medios y formas de comunicación, implican que el saber expresar y transmitir eficientemente los mensajes son una pieza fundamental en el mundo actual. Se debe considerar también que las organizaciones están promoviendo una mayor participación de las personas en toma de decisión, mayor movilización, mejor difusión de sus resultados y direccionando mensajes claves y en tendencia a sus públicos meta y de interés. La realidad es que la comunicación juega un papel fundamental para facilitar y fortalecer el involucramiento, el sentido de pertenencia, la identificación de una organización y el compromiso de sus partes interesadas (Universidad Nacional de la Plata, 2020).

Papel de la persona comunicadora

Una buena comunicación es la clave para el desarrollo y la convivencia a lo interno y externo de las organizaciones. Sin embargo, la comunicación fluye cuando hay un papel que es asumido por una persona experta en comunicación, la función de la persona comunicadora es estar atenta y acompañando el proceso de gestión de la organización apuntando a optimizar y mejorar las formas de comunicación y relaciones existentes. La persona comunicadora debe tener la capacidad de integrar al personal, brindar habilidades y conocimiento actuales; así como acompañar el involucramiento y la escucha activa (Universidad Nacional de la Plata, 2020).

Existen diferentes ramas y carreras que forman personas comunicadoras de alto nivel profesional, la mayoría de las personas comunicadoras tienen gran habilidad en redacción, oratoria, son innovadoras, creativas, confiables, flexibles, con visión estratégica y capacidad innata en liderazgo (Solís, 2020). Estas características han sido parte del papel del comunicador tradicional. Solís (2020) ratifica la capacidad de relato y habilidades comunicativas de estas personas profesionales como de gran utilidad para realizar un buen diagnóstico de la situación comunicacional de empresas u organizaciones, sin embargo, las personas comunicadoras deben permitirse la vinculación con nuevas materias y conceptos.

Según Castells (2009):

Pero en un mundo marcado por el ascenso de la autocomunicación de masas, hay muchas oportunidades para que los movimientos sociales y las políticas insurgentes entren en el espacio público. Utilizando tanto redes de comunicación horizontal como los medios mayoritarios para difundir mensajes e imágenes, aumentan sus posibilidades de promover el cambio político y cultural, aun si parten de una posición subordinada dentro del poder institucional, los recursos financieros, o la legitimidad simbólica. (pp. 396-397)

Esto hace que dichos profesionales puedan transformar su ambiente, crear cultura y trascender en temas de relevancia mundial; como de sostenibilidad, desarrollo sostenible, responsabilidad social, cambio climático, entre otros. Los canales de comunicación utilizados como redes sociales, web, entre otros, se han convertido en el mejor escenario para la discusión geopolítica, al igual que para el llamado a actuar y participar de manera activa en temáticas relacionadas con responsabilidad social, el medio ambiente, la lucha contra el terrorismo, la exclusión y los Derechos Humanos (Bohórquez, 2013).

Colegios profesionales

Los colegios profesionales se crean en aras de proteger los derechos de quienes utilizan los servicios profesionales, generando una serie de límites y obligaciones jurídicas, técnicas y éticas que el profesional en el campo debe observar y cumplir (Matamoros, 2020), el cual menciona:

Los Colegios Profesionales también deben velar por el bienestar y realización de sus incorporados, por este motivo, sin que pueda contrariar su función esencial, la normativa legal ha contemplado, que dichas entidades brindan a su población agremiada programas de formación y actualización académica, actividades de promoción y recreación, contenidos de investigación en el ámbito de sus diferentes ramas o participación en congresos en los cuales se debatan temas de interés nacional. (Matamoros, 2020, p. 5)

Arce (2004) hace referencia a que los colegios profesionales son entes públicos no estatales cuya regulación administrativa corresponde en especial a la Ley General de la Administración Pública (a partir de sus artículos 1, 2 y siguientes) y que colaboran en funciones propias del Estado, realizando una actividad pública cuando regulan el ejercicio profesional y aplican el régimen disciplinario sancionatorio. En las demás funciones se rige por el Derecho Privado. Menciona que, de acuerdo con su naturaleza jurídica, actúan en todo o en parte según normas de derecho público y ofrecen estas características: son creados por ley o por acto unilateral de autoridad pública; su organización supone cierto elemento coactivo, en sentido de obligatoriedad de afiliación o de incorporación o de contribución a su patrimonio; y tienen a su cargo la ejecución de cometidos públicos, que es la finalidad que explica y justifica su régimen particular.

Los colegios profesionales, como grupo organizado, incorporan y reúnen a profesionales que desempeñan funciones o labores de contenido afín o similar, de allí que, desde su definición más básica, constituyen organizaciones gremiales que persiguen la defensa de intereses jurídicos, sociales, económicos y académicos referentes a determinado género de profesionales (Arce, 2004).

Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (COLPER)

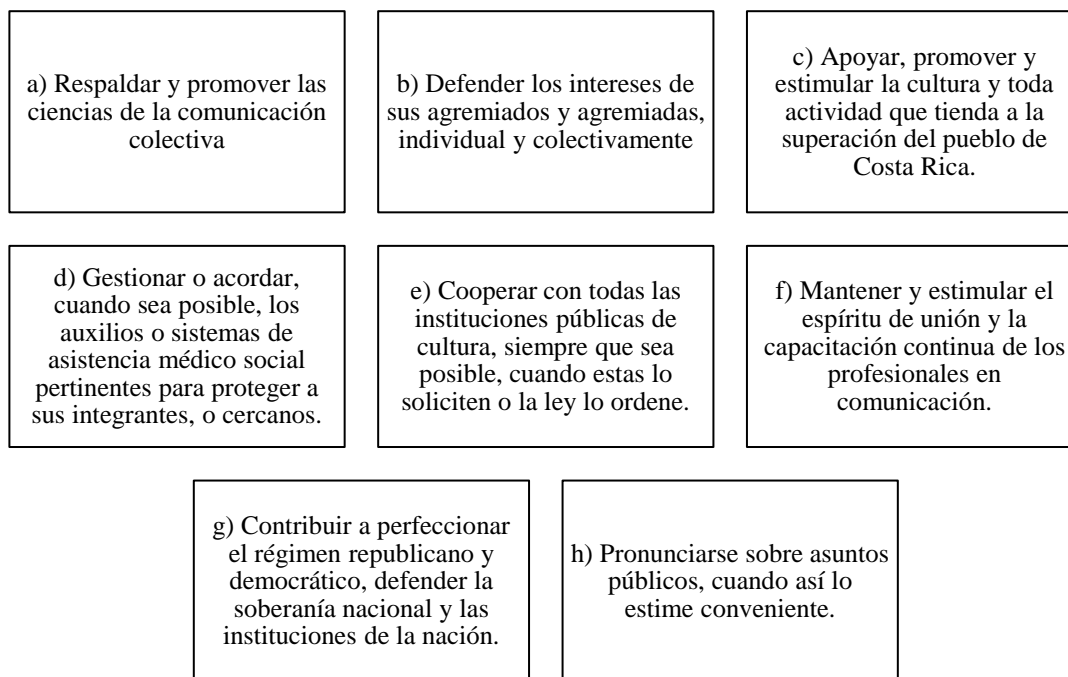
La idea de su fundación nació en el seno de la Asociación de Periodistas de Costa Rica, que inició en 1930, entre los que figuraban 33 reconocidos periodistas, entre ellos, el expresidente de la República Otilio Ulate Blanco, Andrés Borrásé Sanóu, Rafael Cordero Croceri, Mario Roa Vásquez, Guillermo Calvo Navarro, Néstor Castillo, José Enrique Castro Cartín y Rafael Bustamante, según consta en el acta constitutiva del 24 de agosto de 1953. Ellos tenían como principales razones formar el Colegio de Periodistas, con el fin de legalizar los derechos profesionales adquiridos, tras haberle servido al país y a las instituciones, y así lo explicaron en el proyecto de ley a la Comisión de Gobierno y Administración (COLPER, 2019).

Bajo la Ley N° 4420 se decretó la Ley Orgánica del Colegio de Periodistas de Costa Rica el 22 de setiembre de 1969, que muestra como artículo 1 la creación del Colegio de Periodistas de Costa Rica, con asiento en la ciudad de San José, como una corporación integrada por los

profesionales del periodismo, autorizados para ejercer su profesión dentro del país (Procuraduría General de la República, 1969).

Como tal, la Ley refleja que COLPER tiene los siguientes fines:

Figura 1. Fines que refleja la Ley N°4420 del Colegio de Periodistas. (Tomado de la Procuraduría General de la República 1969).

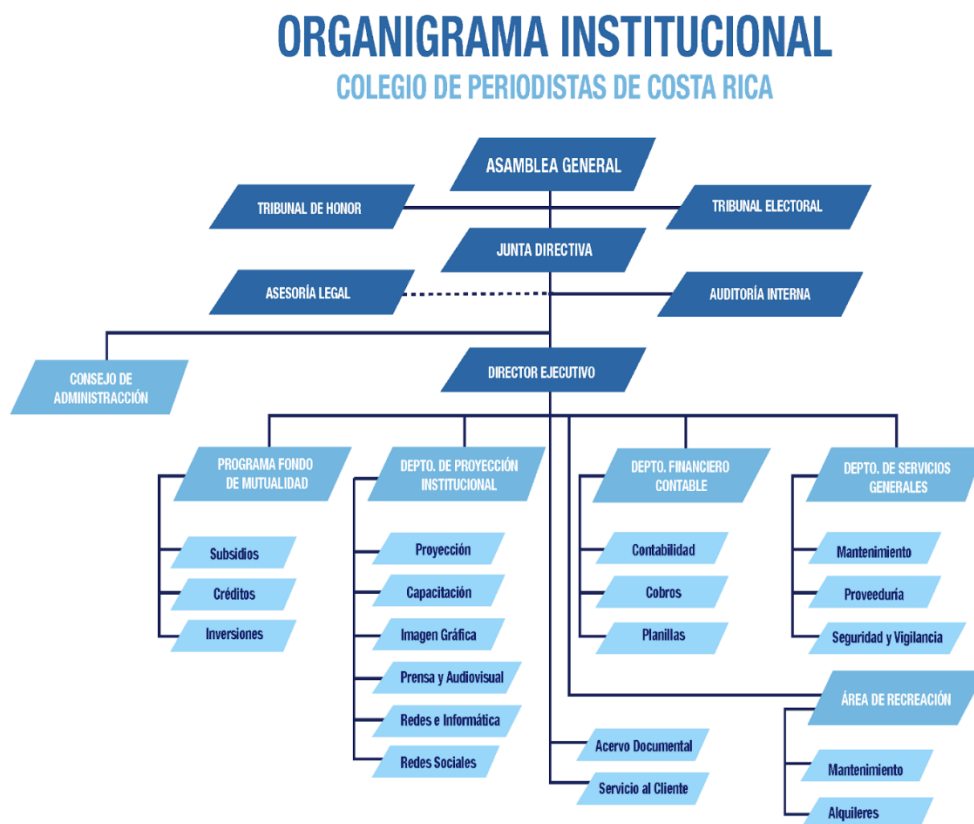


Bajo la Reforma Ley Orgánica del Colegio de Periodistas de Costa Rica N° 10042, se menciona en su artículo 5 que los órganos del Colegio corresponden a la Asamblea General, La Junta Directiva, Tribunal Electoral y el Tribunal de Honor; dentro del artículo 7 la Junta Directiva estará integrada por una Presidencia, una Vicepresidencia, una Secretaría, una Tesorería y tres Vocalías. Estos nombramientos deberán asegurar la representación paritaria de ambos sexos, para que la integración de este órgano colegiado impar, la diferencia entre el total de hombres y mujeres no sea superior a uno. Mientras que el artículo 8 indica que los miembros de la Junta Directiva y Fiscalía serán elegidos por dos años, pudiendo ser reelegidos por una única vez, mediante papeletas en proceso electoral abierto, que será regulado por el Tribunal de Elecciones Internas.

En ese proceso podrán participar todos los miembros activos y resultará elegida la papeleta que obtenga el mayor número de votos válidos emitidos; los votos nulos o en blanco no se

sumarán a ningún grupo. Corresponde al Tribunal de Elecciones Internas informar, en la Asamblea General Ordinaria, el resultado de las elecciones y procederá a juramentar a las personas electas, quienes iniciarán funciones el primero de enero del año siguiente (Procuraduría General de la República, 2021). Dichas partes se reflejen en el Organigrama Institucional del COLPER se muestra en la Figura 2 a continuación:

Figura 2. Organigrama Institucional del COLPER.



Nota. Tomado de: *Organigrama institucional Colegio de Periodistas de Costa Rica*, de COLPER, 2019, https://colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=18.

La Junta Directiva 2023-2024 está conformada por la Sra. Yanancy Noguera, como presidenta; la Sra. Auxiliadora Zúñiga, como vicepresidenta; el Sr. Juan Pablo Estrada, como secretario; la Sra. Marilyn Batista, como tesorera; la Sra. Nazira Castillo, como vocal I; el Sr. Emmanuel Miranda, como vocal II; el Sr. Geovanny Díaz, como vocal III; el Sr. Diego Coto, como fiscal; y la Sra. María Isabel Solís, como fiscal suplente.

Tal como lo muestra la Figura 2, la Dirección Ejecutiva lidera los diferentes departamentos del Colegio: Programa de Fonde de Mutualidad, Departamento de Proyección Institucional, Departamento Financiero Contable, Departamento de Servicios Generales y Área de Recreación.

El Colegio agrupa siete perfiles profesionales distintos: publicidad, periodismo, diseño gráfico, animación digital, diseño publicitario, relaciones públicas y producción audiovisual o multimedia. Al 04 de mayo del 2023 eran 2.645 agremiados, los cuales reciben como beneficios de pertenecer al Colegio (COLPER, 2023):

- Pertenecer a la organización gremial de comunicadores más fuerte y sólida de Centroamérica y el Caribe
- Participación en actividades permanentes de capacitación y actualización profesional.
- Becas para estudio
- Participar en los premios anuales
- Servicio de médico de empresa gratuito para colegiados y sus familiares
- Convenios interinstitucionales
- Apoyo mutual: capital de retiro y defunción, subsidio por nacimiento de hijos, otros
- Uso de instalaciones del Centro de Recreo y capacitación
- Asistir a la Semana de Profesionales en Comunicación.

Existe un Plan Estratégico asociado a la intervención de la Junta Directiva 2023, que tiene como objetivos (COLPER, 2023):

- Defender la libertad de prensa, la institucionalidad democrática y los derechos de la sociedad costarricense, además de representar a los y las comunicadores y reaccionar con fuerza y de manera oportuna a cualquier acción que nos debilite o afecte.
- Dignificar y generar orgullo por nuestra profesión de la comunicación, nuestros trabajos y por el COLPER.
- Impulsar profesionales con las mejores cualidades profesionales y éticas, y procurar la unidad, el emprendimiento y la capacidad de adaptación a un entorno sumamente cambiante.

- Atraer a más profesionales no colegiados y generar un trabajo colaborativo con múltiples organizaciones.
- Fortalecer las finanzas del COLPER, enfocado 100 % en la sostenibilidad.

Por cada objetivo se tiene una comisión de trabajo a lo interno en la Junta Directiva con personas agremiadas del Colegio, entre las comisiones se encuentra: Comisión del Periodismo, Comisión del Sello de Garantía, Comisión de Finca de Recreo y Comisión de Sostenibilidad. En esta última se ratifica la creación de un Plan de trabajo en Sostenibilidad específico para COLPER, que tiene como nombre “Hacia un COLPER sostenible y en armonía con los ODS”, cuyo objetivo es “Transformar el modelo de gestión del COLPER para que sus acciones generen un impacto positivo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la comunidad nacional” (COLPER, 2023, p. 2).

Dentro del plan de sostenibilidad se establecieron una serie de objetivos y acciones bajo cuatro ejes: educación, modelo de gestión, Bandera Azul Ecológica y perfil del comunicador sostenible; que dan una guía al Colegio y sus agremiados, sin embargo, no cuenta con una Estrategia de Sostenibilidad que oriente el quehacer del Colegio de manera más organizada. No obstante, este plan sí tiene diferentes puntos que desean obtener en este periodo de Junta Directiva, los cuales son (COLPER, 2023):

- Constituir una comisión de Sostenibilidad mixta del COLPER conformada por integrantes de la Junta Directiva, colegiados y funcionarios del Colegio; ya realizado.
- Desarrollar una Estrategia de Sostenibilidad potenciada por un nuevo modelo de gestión que permita generar y medir los impactos positivos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Obtener la certificación de Bandera Azul Ecológica para todas las instalaciones del Colegio.
- Desarrollar una política de concientización en las escuelas formadoras de comunicadores de la importancia de construir el perfil del comunicador sostenible.
- Generar talleres de comunicación sostenible para colegiados y no colegiados que permita generar sensibilidad en la necesidad de un cambio de sus acciones diarias.
- Generar entrega de premios en comunicación sostenible.

Además, se tiene como planes relacionados a la sostenibilidad temas de relevancia e interés para las personas agremiadas, que desde de la Junta Directiva se trabajan e impulsan, como es el caso de la dignificación profesional, alfabetización digital y ejercicio responsable, congreso ideológico, el protocolo de derecho de respuesta y el Proyecto Bienestar. La importancia de este último radica en que existe un desconocimiento sobre la salud de la población de comunicadores incorporados en el COLPER para el desarrollo de una estrategia de intervención integral que mejore su calidad de vida (COLPER, 2023).

Desarrollo sostenible

En 1987, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de las Naciones Unidas, más conocida como la Comisión Brundtland, definió lo que actualmente conocemos como desarrollo sostenible (en aquel momento definido como desarrollo duradero) en el informe “Nuestro futuro común”. En este se cita “El desarrollo duradero trata de satisfacer las necesidades y las aspiraciones del presente sin comprometer la facultad de continuar haciéndolo en el futuro” (Naciones Unidas, 1987, p. 55).

A partir de ese momento, distintos encuentros internacionales permitieron ir colocando el concepto de desarrollo sostenible en las mesas de diálogo mundial. En 1992, se llevó a cabo en Río de Janeiro la memorable Cumbre de la Tierra o Cumbre de Río, donde las naciones se reunieron para establecer las bases para el avance global hacia el desarrollo sostenible. En el 2000, se establecen los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), ocho propósitos que las naciones se comprometieron cumplir, relacionados con la reducción de la pobreza y el hambre, disminución de enfermedades, inequidad entre los sexos, falta de educación, acceso a agua y saneamiento, así como la detención de la degradación ambiental (CEPAL, 2000). Para el 2002, en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, se aprobó el Plan de Aplicación de Johannesburgo, el cual reafirmaba el compromiso de los Estados de implementar el desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2012).

En 2012, veinte años después de la histórica Cumbre de la Tierra, los líderes mundiales se reunieron de nuevo en Río de Janeiro para la Conferencia conocida como Río+20. En aquella ocasión, se buscó asegurar el compromiso político anteriormente hecho en relación con el

desarrollo sostenible, evaluar el progreso realizado, así como identificar desafíos nuevos (CEPAL, s.f.).

Más recientemente, en 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con sus respectivas 169 metas, que constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo (Naciones Unidas, s.f.).

La sostenibilidad es de carácter universal, es decir, requiere del alineamiento de las decisiones tomadas a nivel mundial y local, además, es sumamente colaborativo y complementario entre todos los actores (CEPAL, 2017). Cada vez más las organizaciones han tomado conciencia de que su capacidad de progresar y crecer depende de la existencia de una sociedad próspera y sostenible y, de que las carencias sociales y la destrucción ambiental pueden tener impactos materiales negativos en la cadena de suministro, en los flujos de capital y en la productividad de los empleados (Pacto Mundial, 2013). De esta manera, las organizaciones de todo tamaño y sector tienen un papel importante que desempeñar, además, se tiene más claro que pueden abordar necesidades económicas, sin dejar de lado el ámbito social y medioambiental, pueden impulsar la transición hacia patrones de producción y consumo sostenibles; generar empleos decentes, con un enfoque basado en derechos, y contribuir a la igualdad de género, a través de sus prácticas corporativas. Siendo esta la “forma correcta de hacer las cosas”, al mismo tiempo que permite incursionar en nuevos mercados y crear nuevas oportunidades empresariales (Pacto Mundial, 2013).

Triple utilidad

Los términos sostenibilidad y triple utilidad (“triple bottom line”, en inglés) están intrínsecamente relacionados. El desarrollo de la triple utilidad nace en los años 90, acuñado por John Elkington, y proporciona un marco para medir el desempeño del negocio y el éxito de la organización utilizando tres líneas: económica, social y ambiental, es por así decirlo el marco práctico de la sostenibilidad (Alhaddi, 2015). Estas tres dimensiones fueron nombradas por Elkington como 3P refiriéndose a personas, planeta y beneficios (People, Planet and Profit, en inglés) (Innocent, 2014).

En su libro “Cannibals with forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business”, Elkington indica “Cada vez más, pensamos en términos de un “resultado final triple”, que se centra en la prosperidad económica, la calidad ambiental y, el elemento que las empresas tienden a pasar por alto, la justicia social” (Elkington, 1997, p. 2).

De esta manera, las organizaciones empiezan a planear y medir su desempeño en términos triples y no solo económicos, como tradicionalmente lo hacían, buscando así ser sostenibles y al mismo tiempo generar valor. Dentro de los beneficios al implementar negocios de triple utilidad se pueden citar el aumento de los ingresos, reducción en los gastos por consumo de energía, agua, materiales, generación de residuos, aumento de la productividad de los empleados, reducción de riesgos estratégicos y operativos (Innocent, 2014).

Responsabilidad Social

Un tercer término que, a su vez, se relaciona con la sostenibilidad y triple utilidad es la responsabilidad social, también conocida como responsabilidad social corporativa o empresarial. Si bien este término ha sido utilizado de diferentes maneras (incluso ha tenido una evolución en su significado a través del tiempo), de forma general se puede definir como “la gestión ética y responsable de empresas y organizaciones públicas, privadas y de la sociedad civil, teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales, ambientales y de buen gobierno de forma transversal en su actividad y en los impactos que esta genera” (MEIC, 2017). Además, la responsabilidad social tiene como principal objetivo contribuir con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, toma en consideración las expectativas de sus partes interesadas, cumple con la legislación aplicable y es coherente con la normativa internacional de comportamiento, está integrada en toda la organización y se lleva a la práctica en sus relaciones (INTECO, 2010).

La responsabilidad social de las organizaciones ha sido implementada de distintas formas a lo largo de la historia, sin embargo, en el siglo actual se identifican dos principales visiones. Según Bom-Camargo (2021), la primera refiere a las decisiones y acciones más puntuales, que convierten un problema en una oportunidad de beneficio, sin estar enmarcadas dentro de estrategias o planes previamente definidos, además, es ejecutada a parte de la actividad de la empresa. La segunda forma de visualizar la responsabilidad social trata de una gestión

empresarial estratégica, la cual más que una moda, es una parte fundamental que está integrada en cada actividad de la organización. Esta posee una visión proactiva, promueve la mejora continua, cuenta con recursos asignados y sobre todo es ejecutada a partir de una planificación estratégica (Bom-Camargo, 2021).

En su estudio, Bom-Camargo (2021) concluyen que:

Entender que la RSE, vista como la acción social de las empresas a favor de corregir los daños que ellas causan al medio ambiente y a la sociedad como consecuencias de sus procesos productivos, no es suficiente. Las empresas, los gobiernos corporativos y su dirección estratégica, deben comprometerse aún más en la sostenibilidad del planeta y con todos los que coexisten en éste. Para lograrlo, se debe entender a la RSE, como una forma de hacer negocios donde exista un compromiso con la evaluación de sus alternativas en la toma de decisiones y los impactos que estos puedan ocasionar; la RSE debe ser vista con los mismos parámetros, la misma importancia que se analiza al tratarse de los procesos productivos. (p. 12)

Para lograr esta integración estratégica de la responsabilidad social en las organizaciones, existen normas que permiten guiar la comprensión de qué es y cómo se implementa, integra y promueve un comportamiento socialmente responsable. La más reconocida a nivel mundial es la ISO 26000: “Guía de Responsabilidad Social”. Esta norma nació en 2010 y en ella se establecen siete principios de la responsabilidad social: rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, al principio de legalidad, a la normativa internacional y a los derechos humanos (ISO, 2010). Además, la norma determina la existencia de siete materiales fundamentales: gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación y desarrollo de la comunidad (ISO, 2010). Cada materia tiene puntos específicos conocidos como “asuntos”, los cuales guían de forma más específica cómo se espera sea el actuar de las organizaciones para su cumplimiento.

En el caso de Costa Rica, el Instituto Técnico de Normalización (INTECO) desarrolló la INTE G35: “Sistemas de Gestión de Responsabilidad Social. Requisitos”. Esta norma establece los requisitos para el desarrollo e implementación de un modelo que

responsabilidad social a través de un sistema de gestión que cumpla con lo estipulado en la ISO 26000. A diferencia de esta última, la INTE G35 sí es certificable (Camacho, 2021).

Partes Interesadas

Las organizaciones no se encuentran aisladas, forman parte de una sociedad, la cual se puede ver afectada positiva o negativamente debido a su funcionamiento. Sin embargo, existen grupos o individuos que sufren las consecuencias del actuar de estas de manera más directa, pero incluso entre ellos, de forma distinta. El impacto que las organizaciones buscan gestionar por medio de la responsabilidad social debe considerar de manera fundamental los intereses y percepciones de esos grupos o individuos, quienes se conocen como partes interesadas o *stakeholders* (en inglés). Estos son definidos como “Individuos, grupos sociales u organizaciones que pueden verse afectados de manera significativa por las actividades, productos o servicios de la empresa; o cuyas acciones pueden afectar la capacidad para desarrollar con éxito las estrategias y alcanzar los objetivos de la empresa” (Asociación Empresarial para el Desarrollo AED, 2016). Debido a la relevancia de estos grupos, una organización debe determinar quién tiene intereses en sus decisiones y actividades, de modo que pueda comprender sus impactos y cómo abordarlos (INTECO, 2010).

La teoría de las partes interesadas, creada por Edward Freeman en los años 80, se basa en la premisa de que para lograr la supervivencia de la empresa, esta necesita gestionar su relación con sus partes interesadas importantes de manera adecuada (Freeman y McVea, 2001). Sin embargo, además de lograr la supervivencia, este relacionamiento puede conducir a un mejor desempeño económico de las empresas (Şener, Varoğlub y Karapolatgil, 2016).

Debido a que las partes interesadas pueden ser numerosas, las organizaciones deben conocer cuáles son los grupos de interés prioritarios y cuál es la forma conveniente de establecer relaciones según las características de cada uno. Relacionarse con todos los *stakeholders* no es posible ni deseable, implica gran cantidad de recursos, lo cual ocasionaría no responder a las demandas de forma conveniente (Accountability, 2006). La manera de priorizarlas puede variar de una organización a otra, hay quienes las clasifican como latentes, expectantes y definitivas, según su poder, legitimidad y urgencia en relación con la empresa (Şener, Varoğlub y Karapolatgil, 2016). También, se puede clasificar según la madurez social de los

temas que los unen (cuanto más maduro un tema, más esencial es que la compañía lo encare), o bien, según el nivel de influencia y dependencia de los *stakeholders* con respecto a la organización (Accountability, 2006).

Asimismo, el involucramiento con las partes interesadas es definido como “actividad llevada a cabo para crear oportunidades de diálogo (comunicación) entre la empresa y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de proporcionar una base fundamentada para las decisiones de la empresa” (Asociación Empresarial para el Desarrollo AED, 2016). Como actividad se entiende tanto a reuniones formales como informales, encuentros individuales, conferencias, talleres, audiencias públicas, discusiones en mesas redondas, comités asesores, procedimientos de información y consulta regulares y estructurados, negociaciones colectivas y foros (INTECO, 2010). Esta relación ayuda a la organización a abordar su responsabilidad social proporcionándole una base fundamentada para sus decisiones, además, le permite revisar su desempeño, contribuye al aprendizaje continuo de ambas partes, facilita el reconciliar conflictos, incrementa la transparencia, crea y fortalece alianzas, entre otros (INTECO, 2010).

Materialidad

Así como las partes interesadas afectadas por una organización pueden ser numerosas, los impactos que esta ocasiona también. Los impactos pueden ser multidimensionales y abarcan aspectos ambientales, sociales, económicos y de gobernanza. Al desarrollar una comprensión sólida de qué problemas son importantes para sus operaciones, el medio ambiente y las comunidades, las empresas pueden prevenir mejor o mitigar estos riesgos y acceder a las oportunidades (GRI, 2016).

Sin embargo, al igual que con las partes interesadas, no se recomienda abarcar la totalidad de impactos, pues los recursos son limitados y el alcance se disminuye, de ahí la importancia de priorizar aquellos de mayor relevancia. Para lograr determinar los impactos más significativos, existen los estudios o análisis de materialidad. Estos son definidos como:

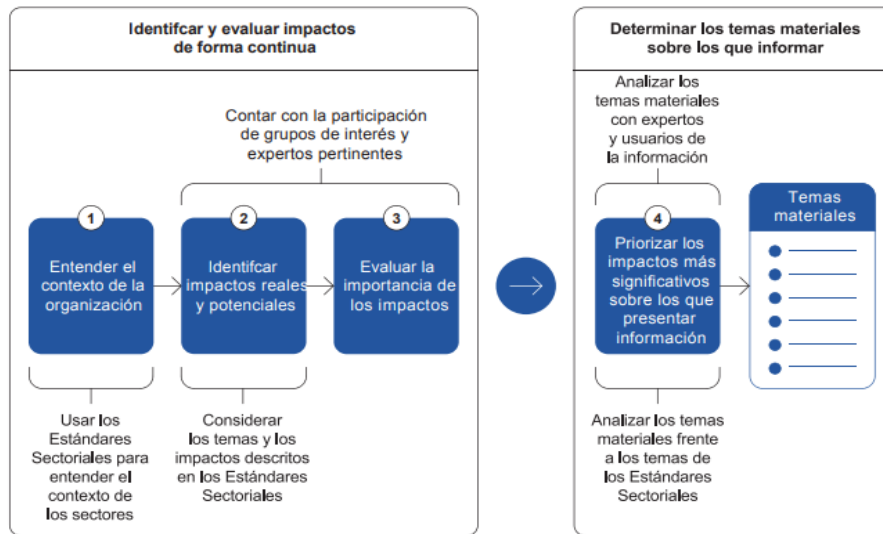
El proceso de identificar, refinar y evaluar numerosos problemas ambientales, sociales y de gobernanza que podrían afectar a un negocio y/o a sus partes interesadas, y condensarlos en una lista corta de temas que forman parte de la estrategia y los objetivos de la empresa, así como de sus informes. (KPMG, 2014, p. 4).

Es decir, un análisis de materialidad permite identificar una totalidad de temas para definir aquellos más importantes y sobre los cuales se debe trabajar de forma estratégica y, luego, se reporta el avance.

El proceso de priorizar puede variar de una organización a otra. No existe una definición o enfoque universalmente aceptado para determinar los temas materiales, dando libertad a las empresas para que desarrollen su propio enfoque (KPMG, 2014). Por ejemplo, Global Reporting Initiative (GRI), establece cuatro pasos principales los cuales se observan en la Figura 3. En los tres primeros, la organización identifica y evalúa sus impactos de forma regular como parte de sus actividades diarias contando al mismo tiempo con la participación de los grupos de interés y de los expertos pertinentes, mientras que, en el último paso, se priorizan los impactos más significativos (GRI, 2022).

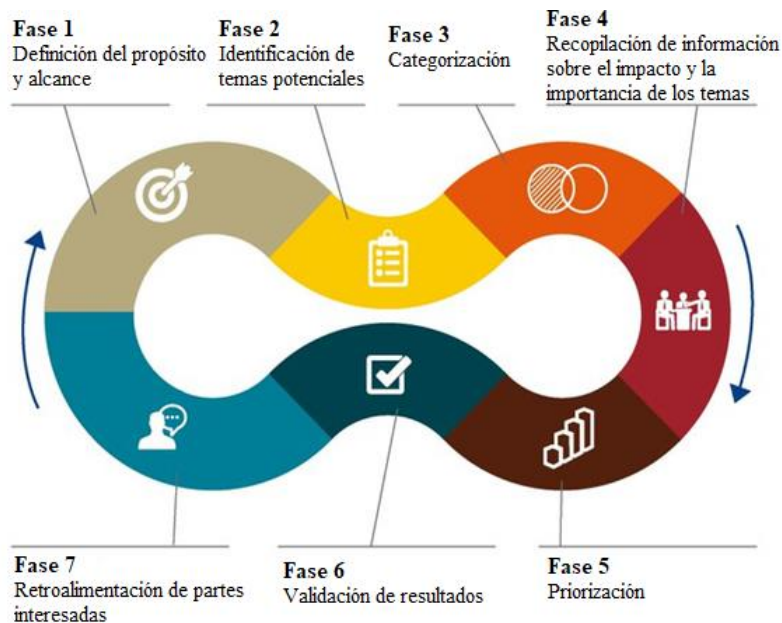
La firma KPMG cuenta con una guía para la definición de temas materiales, desglosando en siete fases el proceso. Inicialmente, se determina el porqué del estudio de materialidad y el alcance, luego se enlista la mayor cantidad posible de temas de impacto, estos se agrupan en categorías para luego estudiar cada tema a detalle y entender la relevancia para el negocio y las partes interesadas. Como quinto paso, se encuentra la priorización. KPMG sugiere que se consideren como criterios para priorizar la importancia estratégica tanto para el negocio como para las partes interesadas y el impacto social, económico y ambiental en la cadena de valor. Finalmente, en la etapa seis se da una validación interna con audiencia estratégica y en la siete se realiza consulta a las partes interesadas de los temas seleccionados, como materiales para así obtener retroalimentación (KPMG, 2014).

Figura 3. Proceso para la determinación de los temas materiales según GRI



Nota. Tomado de: *Proceso para la determinación de los temas materiales* (p.7), de GRI, 2022, <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-spanish-translations/>

Figura 4. Proceso para la determinación de los temas materiales según KPMG

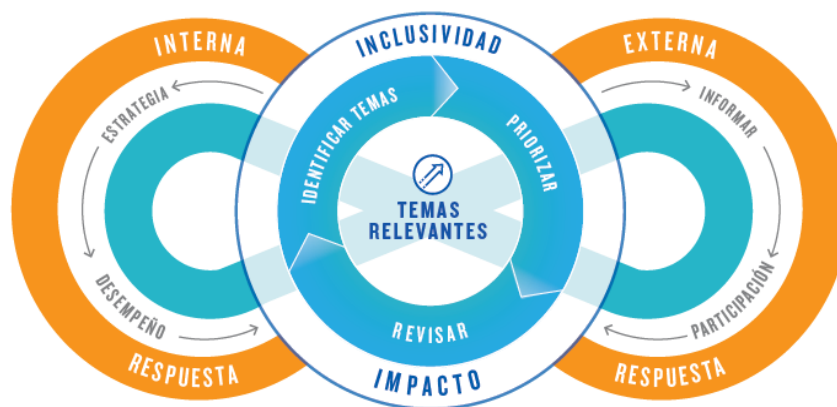


Nota. Tomado de: *KPMG's guide to the materiality process* (p. 6), de KPMG, 2014, <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2017/the-essentials-of-materiality-assessment.pdf>

Como tercera metodología se cita a la firma consultora AccountAbility, quien por medio de sus estándares AA1000 da orientación de cómo determinar la materialidad de una

organización. De forma general, indica que el estudio consiste en tres etapas: identificación, priorización y revisión. En la Figura 4 se muestra el esquema de esta metodología. Inicialmente, se identifican temas relacionados con el sector, la industria, la geografía, el modelo y la estructura de una organización, contexto de sostenibilidad, inquietudes y sugerencias de los grupos de interés, normas sociales, entre otros (Accountability, 2018). Se deben tener en cuenta fuentes de información tanto internas como externas. Luego, se determina la importancia de los temas utilizando criterios de evaluación claros, equilibrados, replicables y adecuados al contexto (Accountability, 2018). Finalmente, sugiere que se realicen revisiones de forma periódica, pues los temas relevantes pueden cambiar, se debe tener en cuenta la evolución de la sostenibilidad, los contextos macroeconómicos, geopolíticos y regulatorios, la madurez de los temas y preocupaciones de la organización.

Figura 5. Proceso para la determinación de los temas materiales según AccountAbility.



Nota. Tomado de *Determinación de la relevancia* (p. 21), de AccountAbility, 2018, UHY Fay & Co Auditores Consultores, S.L.

El conocer la materialidad de una organización le permite a esta una comprensión integral de su contexto de sostenibilidad, saber qué temas son relevantes o no, y para quién son relevantes y por qué. Además, da la posibilidad de una gestión de riesgos más integral, considerando aspectos de sostenibilidad. Otras de las ventajas, según KPMG (2014), son:

- Permite identificar con anticipación temas en tendencia que podrían afectar significativamente la capacidad de la empresa para crear valor, así como identificar

oportunidades para el desarrollo de nuevos productos o servicios lo que permite mantenerse delante de la competencia

- Saber a qué se le debe dar prioridad al momento de asignar recursos
- Identificar áreas o procesos que requieren intervenciones para la mejora
- Ayuda a identificar dónde la empresa está creando o reduciendo valor para la sociedad
- Permite ser utilizada como una herramienta empresarial estratégica, que no sea un proceso separado, sino que se integre en los procesos existentes y futuros

Estrategia de Sostenibilidad

La responsabilidad social ha sido considerada por algunos como transformadora o con poco alcance, como una simple moda o filantropía que les permite a las empresas tener una mejor imagen. Dentro de las razones para que se tenga esta percepción es la desintegración de la responsabilidad social de los procesos de las organizaciones. Se asigna a una gerencia, departamento o personal dentro de la empresa, para que se ocupe de problemas de forma reactiva y ejecute acciones aisladas que responden a intereses o momentos particulares (Bom-Camargo, 2021). Este modelo ha ido evolucionando y cada vez más se ha integrado la responsabilidad social en las estrategias empresariales, con una visión proactiva que promueve la mejora continua, la innovación y la competitividad.

Entre las principales herramientas que permiten que la responsabilidad social de las empresas tenga un mayor impacto están las Estrategias de Sostenibilidad, definidas como “la manera como una organización se relaciona con su entorno y garantiza su supervivencia, su viabilidad y su crecimiento para cumplir con su misión en la sociedad”, además, “toman como punto de partida el reconocimiento de las demandas de los diversos grupos de interés y la búsqueda de resultados en lo que se denomina “la triple línea básica”, aludiendo al logro de resultados económicos, sociales y medioambientales mediante sistemas de gestión integrales (Mory, 2011).

Es importante que las estrategias estén elaboradas como “un plan de todos y para todos”. Juan Pedro Galiano, en su escrito “Por qué y cómo planificar la estrategia de RSC en ADIF”, resalta el hecho de que las estrategias deben nacer a partir de la participación no solo de un

departamento, sino que surgen de opiniones de grupos interesados. Además, recalca que es “para todos”, considerando que debe implantarse en todas las áreas, debe aplicarse de forma transversal en el negocio (Galiano, 2008). Otra característica importante de estas estrategias es que deben estar apoyadas por la Alta Dirección.

Las Estrategias de Sostenibilidad deben basarse en análisis de materialidad, esta garantiza que tenga en cuenta los temas sociales, ambientales, económicos y de gobernanza más significativos y que la gestión de los problemas de sostenibilidad esté integrada en procesos comerciales más amplios (KPMG, 2014).

Sin embargo, una consideración realmente importante es que hay una necesidad de alinear las acciones de la responsabilidad social contenidas en las estrategias con los objetivos corporativos, de modo que la gestión responsable sea entendida como parte esencial del modelo de negocios, que sea gestionada de manera transversal en la empresa (Mory, 2011). Como lo cita Galiano (2008), que no sea un elemento adosado a la estrategia empresarial y a los sistemas de gestión, sino que se integre de forma real es dichos procesos.

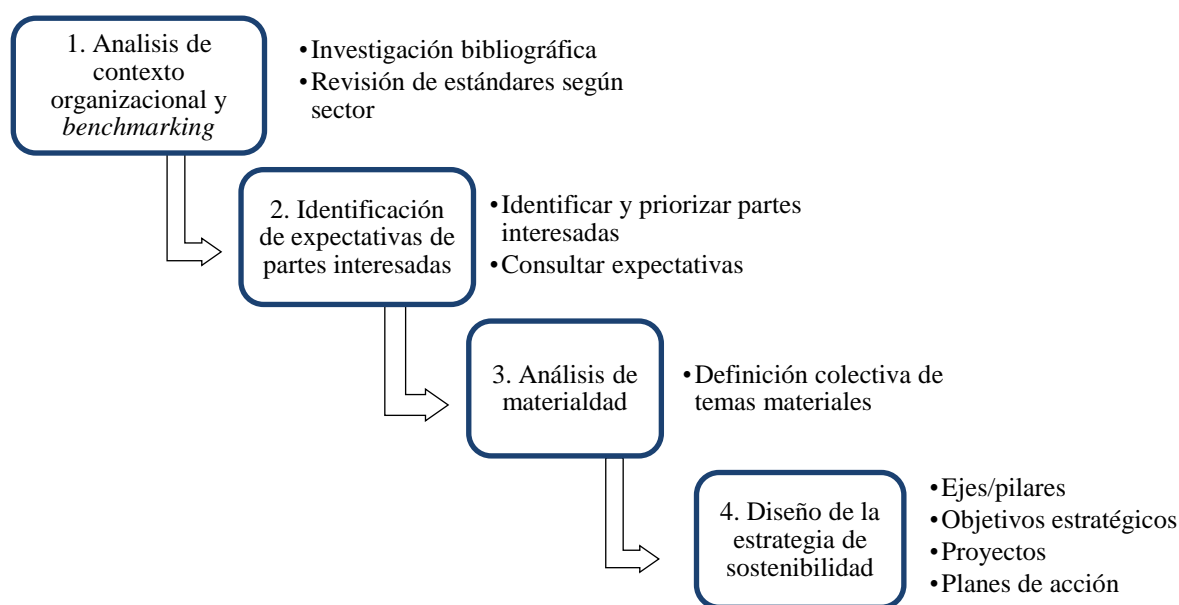
Dentro de las principales ventajas de las estrategias se pueden citar (Galiano, 2008):

- Aumenta la coherencia de las acciones de la organización, alineadas a prioridades y objetivos estratégicos
- Ayuda a trabajar en lo realmente relevante para la organización
- Pasa de una visión reactiva a una visión proactiva e innovadora
- Ayuda a que la responsabilidad social se integre a la cultura corporativa

Capítulo II: Marco metodológico

Para el diseño de la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER, se realizó una investigación aplicada mixta y acorde a las necesidades identificadas, trabajándose mediante instrumentos y herramientas para solventar el problema planteado. De forma general, en la Figura 6 se muestran las etapas desarrolladas, las cuales serán abordadas a detalle en las siguientes secciones.

Figura 6. Etapas que conforman el marco metodológico para el diseño de la Estrategia de Sostenibilidad de COLPER. (Tomado de Vallejo, 2023).



El estudio se realizó bajo métodos cualitativos y cuantitativos. Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018) definen a la mezcla de estos procesos como investigación mixta. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del problema. Todas las etapas se amplían a continuación.

Análisis del contexto organizacional y *benchmarking*

Comprensión del contexto

Al inicio, se realizó una investigación y análisis del colegio profesional con el fin de comprender su funcionamiento. Durante esta etapa del proyecto se abarcó principalmente un enfoque cualitativo, ya que según Otero (2018) es un proceso que requiere la recolección de datos sin medición numérica, en donde se estudia la realidad del contexto natural tal y como sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con los objetos implicados. El mismo autor menciona que el proceso es inductivo, pues se recolectan los datos mediante interpretación contextual, preguntas e inmersión en campo.

Por ello, para identificar el funcionamiento del COLPER, se consultó documentación pública tal como organigrama, composición de la junta directiva y de las personas colaboradoras, planes de trabajo, acciones realizadas, labor de órganos y programas (Tribunal de Honor y Ética, Tribunal de Elecciones Internas, Fondo de Mutualidad y Sello de Garantía), marco normativo propio del Colegio, por ejemplo, su reglamento y código de ética, así como normas a nivel nacional relacionadas con él. Un punto importante de análisis fueron los trámites, beneficios y servicios que brinda el Colegio a los agremiados y otros públicos. Adicionalmente, se consultó la página web, redes sociales y noticias que permitieron tener un panorama más claro de la organización, qué actividades realizan y cómo comunican.

A partir de reuniones con miembros de la Comisión de Sostenibilidad del COLPER, se evaluó la necesidad de consultar documentación que no se encontraba de forma pública, tales como procedimientos internos. Además, se concretaron reuniones con personas en puestos estratégicos que permitieron una mejor comprensión de la operación y acciones realizadas por la organización, específicamente con el encargado del departamento de Servicios Generales y Fondo de Mutualidad.

Benchmarking

Por medio de una reunión con miembros de la Comisión de Sostenibilidad del COLPER, se definieron cuáles son los colegios profesionales en Costa Rica y el mundo en los que tenían interés de análisis, específicamente para identificar su abordaje en materia de sostenibilidad.

Los colegios profesionales costarricenses investigados fueron: Colegio de Abogados, Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA), Colegio de Ciencias Económicas y Colegio de Licenciados y Profesores en Letras, Filosofía, Ciencias y Artes (COLYPRO); pues son los más grandes del país y los que históricamente han laborado más en temas de sostenibilidad. Las asociaciones extranjeras relacionadas con comunicación consultadas fueron: Asociación de la Prensa de Madrid, Asociación de periodistas de Italia y Asociación de periodistas de Catalunya (Barcelona). Para el COLPER, es de gran importancia consultar estas asociaciones, pues son sus referentes y han estudiado muy de cerca el trabajo que realizan en materia de comunicación y periodismo, además de ser asociaciones de gran tamaño.

A partir de esta priorización de colegios y asociaciones a investigar, se realizó una búsqueda en sus páginas web que permitiera enlistar acciones puntuales y proyectos realizados tanto en el ámbito ambiental, social como de gobernanza (ASG) y económico. En aquellos casos donde se identificó que alguna de estas organizaciones contaba con una estrategia y/o reportes de sostenibilidad, estos fueron estudiados. Se identificaron también certificaciones, galardones o premios con los cuales cuentan y que estaban relacionados con aspectos ASG. Otro punto de investigación fue determinar si tienen establecido un departamento u oficina de sostenibilidad o bien, comisiones vinculadas al tema.

Este análisis de *benchmarking* es considerado por Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018) como investigaciones cualitativas, pues se basan más en una lógica y proceso inductivo, mostrando una exploración y descripción, y luego generando como resultado perspectivas teóricas.

Seguidamente, se seleccionó el colegio profesional costarricense que se considera que tiene una mayor madurez en el abordaje de la sostenibilidad, para realizar una entrevista con el fin de comprender cómo ha sido el proceso de integración en el funcionamiento, retos, beneficios, así como consejos que puedan brindar para que sean tomados en cuenta en el diseño de la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER. Es así como la entrevista se realizó a las personas encargadas de sostenibilidad del CFIA. Mediante una reunión virtual se consultaron los puntos indicados.

Identificación de impactos preliminares

A partir del análisis del contexto y el estudio de *benchmarking*, se obtuvieron insumos importantes que permitieron identificar impactos ASG de la organización. De forma paralela a estas acciones, se realizó una consulta bibliográfica a distintos estándares internacionales y nacionales que permitieron enlistar impactos que organizaciones en este campo puedan tener. Los estándares por consultar fueron: Global Reporting Initiative (GRI), Sustainability Accounting Standards Board (SASB), Robeco e ISO 26000.

En el taller de identificación y priorización de partes interesadas que será abordado con más detalle en la próxima sección, se realizó, además, la consulta a los participantes sobre aquellos impactos que considerarán son los más significativos para el COLPER, según las partes identificadas en ese mismo taller. Esta información fue de gran relevancia, pues considera percepciones de diferentes frentes de trabajo y relaciones con el Colegio.

Con todos estos insumos, se procedió a realizar una depuración de la lista de posibles temas de impacto del COLPER, la cual fue presentada a la Comisión de Sostenibilidad para su retroalimentación y validación. Es importante mencionar que en aquellos casos donde temas era repetidos o de gran similitud, se agruparon. Además, aquellos que tenían un nombre complejo o técnico, fueron renombrados para una mayor comprensión. La lista preliminar constó de 17 temas. Asimismo, se realizaron ajustes de qué impactos preguntar según la naturaleza de cada parte interesada, pues algunos de la lista preliminar no tenían relación con algunos *stakeholders*.

Identificación de expectativas de las partes interesadas

Identificación y priorización de partes interesadas

Como parte de los instrumentos de recolección de datos cualitativos se utilizaron diversas herramientas como la observación y las sesiones grupales. En la indagación cualitativa, las personas investigadoras deben establecer formas inclusivas para descubrir las visiones múltiples de las personas participantes y, adoptar papeles más personales e interactivos con ellos (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018). De esta manera, para la identificación de *stakeholders*, inicialmente se convocó a un grupo interfuncional de personas con amplios

conocimientos sobre la organización. En el caso del COLPER, se realizó un taller presencial que contó con la participación de algunos miembros de la junta directiva, Comisión de Sostenibilidad, así como personas colaboradoras en puestos clave: Dirección Ejecutiva, jefaturas de Servicios Generales, Fondo de Mutualidad, Proyección y Financiero Contable.

Seguidamente, se dividieron en dos grupos y se les solicitó que, generaran una lista de partes interesadas que contemplara las tres dimensiones ASG. Para guiarles en el proceso, se les pidió considerar a aquellas personas o grupos con las cuáles tienen responsabilidades legales, financieras, operativas, quiénes tienen probabilidad de influenciar el desempeño del COLPER, aquellas con quienes se tuvo una relación en el pasado, así como quienes se pueden ver afectados por las operaciones (o cese de operaciones) del Colegio.

Los dos grupos de participantes expusieron sus respectivas listas para compararlas, complementarlas y depurarlas. Cuando se consideró adecuado, se agruparon *stakeholders* en categorías más generales, evitado mencionar nombres propios y específicos de alguna parte (con algunas excepciones donde se consideró necesario por tener una relevancia en definitiva mayor).

Como el “Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés” de Accountability (2006), lo indica, y como se presentó en secciones anteriores, no es posible trabajar y consultar a todos los grupos de interés, por lo tanto, es conveniente priorizar aquellos que tengan una importancia mayor para la organización. Por lo tanto, se procedió a realizar en el mismo taller una actividad de priorización de las partes interesadas identificadas. Se hizo uso de la herramienta diseñada por Ana Yancy Arce Rodríguez (2022), la cual puede ser consultada en el Anexo 3. Esta herramienta propone una priorización basada en la influencia que tienen las partes en la organización y, además, la dependencia de estas del Colegio. Es decir, cuánto influyen en el desempeño de COLPER y cuánto dependen del COLPER. De igual manera, en los dos grupos de trabajo, se realizó este análisis, el cual fue compartido y socializado entre los participantes. En el Cuadro 1 se muestra con ejemplos qué implica una alta influencia y dependencia.

Cuadro 1. Ejemplos de alta influencia y dependencia (Tomado de: AccountAbility, 2006)

<p>Los grupos de <i>stakeholders</i> de alto impacto/influencia son los que tienen poder para:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revocar, otorgar o influenciar el otorgamiento de licencias/permisos • Restringir el acceso a recursos o capital intelectual • Dañar o mejorar la reputación de una organización • Contribuir u obstaculizar la capacidad de aprender e innovar • Restringir o proveer el acceso a fondos de inversión
<p>Los grupos de <i>stakeholders</i> de alta dependencia son aquellos que se encuentran en posición de:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia financiera directa (dependen para sus salarios, compras, subsidios) • Dependencia financiera indirecta (su sustento depende de la organización a través de su contribución económica regional, o, por ejemplo, en el caso de clientes que dependen de los precios bajos de los productos) • Dependencia no financiera (por ejemplo, quienes dependen de la organización para obtener servicios fundamentales) • Deterioro o riesgo no financiero (por ejemplo, a través de la contaminación del aire o ruidos o riesgos para la salud de los consumidores de los productos) • Con poco o sin poder de elección (por ejemplo, colaboradores que quedarán cesantes)

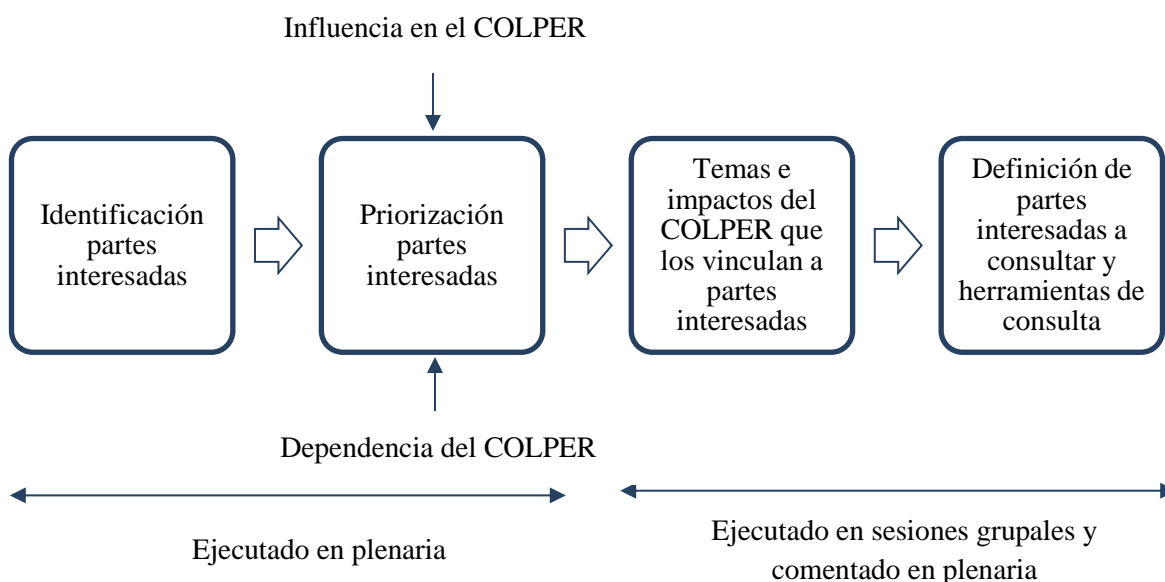
Algunas preguntas claves utilizadas para priorizar las partes interesadas según la influencia y dependencia fueron:

- ¿Cuáles actores se involucran directa e indirectamente con el COLPER?
- Responsabilidades legales, financieras, operativas ¿Quién puede influir en el desempeño (para bien o mal) del COLPER?
- ¿A quiénes se pueden afectar (para bien o mal)?
- ¿Cuáles son las partes interesadas de mayor prioridad según la influencia y dependencia? ¿Cuánto dependen ellos de la institución? ¿Cuánto influyen ellos en la institución?

Por último, en esta sesión de trabajo se consultó sobre impactos ASG que consideren tiene el COLPER para las partes interesadas identificadas. Como se mencionó en la sección anterior, esta información fue insumo para identificar impactos no considerados anteriormente y, al mismo tiempo, confirmar los ya mapeados.

En la Figura 7 se muestra el proceso seguido para la identificación y priorización de las partes interesadas mencionadas en esta sección.

Figura 7. Proceso para priorización de partes interesadas. (Tomado Arce, 2022).



Posteriormente, la información sintetizada se presentó a la Comisión de Sostenibilidad del COLPER, conformada por personas agremiadas expertas en sostenibilidad (una de ellas también es miembro de la Junta Directiva). A partir de la sesión, se terminaron de definir las partes prioritarias interesadas, se tomaron como base los resultados obtenidos del taller y se agruparon o especificaron distintos grupos de interés para facilitar la comprensión y el proceso de consulta.

Consulta a partes interesadas

En el taller de identificación y priorización de las partes interesadas mencionado en la sección anterior, se definieron algunos *stakeholders* que se consideraba importante que fueran consultados. Con ayuda de la Comisión de Sostenibilidad, se depuró esta lista y se definieron los medios por los cuales se ejecutó dicha consulta. El objetivo del relacionamiento es que, a partir de la lista de impactos preliminares del COLPER, obtenida de todas las etapas anteriores, se consultara a las partes interesadas sobre cuáles temas consideran más prioritarios, cuáles no aplican al Colegio desde su punto de vista, así como la inclusión de otros no abordados. Esta etapa de la investigación se considera cualitativa, pues, como lo menciona Asela (2002), este tipo de intervenciones permiten desarrollar encuestas,

entrevistas, descripciones, levantamiento de información bajo instrumentos de consulta y puntos de vista de las personas investigadoras.

Los medios de consulta definidos dependieron de la naturaleza de los *stakeholders*. En el Cuadro 2 se muestra la parte interesada y la forma utilizada, así como la cantidad total de personas o entidades y la muestra propuesta a consultar. En esta etapa de proyecto, se empleó un análisis cuantitativo mixto-deductivo, lo cual implica realizar un muestreo para obtener una cantidad significativa de respuestas. Por ejemplo, en el caso de las personas colegiadas del COLPER son más de 2.600 personas agremiadas, por lo tanto, se debió seleccionar una muestra significativa de personas agremiadas a consultar. Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018) explican la muestra como la esencia de un subgrupo de una población determinada; un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población. La ecuación utilizada para calcular la muestra significativa de partes a consultar fue:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra significativa

Z= 1,96 (nivel de confianza 95 %)

N= Tamaño total de la población

e= error máximo tolerable (0,05)

σ = Desviación (15 %)

Cuadro 2. *Detalle partes interesadas, muestra y métodos de consulta a utilizar*

Parte interesada	Número total	Muestra significativa	Método de consulta	Personas a entrevistar recomendadas
Personas colaboradoras	45	13	Google Forms	No aplica
Personas colegiadas	2600	34	Google Forms	No aplica
Personas colegiadas vinculados con sostenibilidad	3	3	Entrevista	Olga Sauma, Karla Chávez, Ana Cristina Camacho
Estudiantes en carreras relacionadas al COLPER	No definido	10	Google Forms	ULatina, UCR y ULACIT, UIA, Fidélitas, Véritas

Parte interesada	Número total	Muestra significativa	Método de consulta	Personas a entrevistar recomendadas
Empleadores (agencias de comunicación, medios de comunicación y Sello Garantía)	No definido	Las que se logre que respondan	Google Forms	Se envía a la base de datos del COLPER
Ministerio de Comunicación	1	1	Entrevista	Relacionamiento con el COLPER
Sindicato de periodistas	1	1	Google Forms	No aplica
Organizaciones de derechos humanos relacionados con prensa	1	1	Google Forms	IPLEX
Colegios profesionales prioritarios	5	1	Entrevista	CFIA

Nota: Elaboración propia.

Las herramientas de consulta fueron validadas por miembros de la Comisión de Sostenibilidad previo a su aplicación, mostrándose en el Anexo 5 las herramientas utilizadas. El COLPER colaboró con la gestión de convocatoria y el seguimiento a la cantidad de respuestas obtenidas. En el caso de los Google Forms, se concedieron cuatro semanas como tiempo de recepción de respuestas, desde el 25 de setiembre hasta el 20 octubre.

Con respecto a las entrevistas realizadas, se contempló un modelo de entrevista previamente validado con la Comisión, el cual se muestra en el Anexo 5. Se entrevistaron a tres personas agremiadas influyentes en el tema de sostenibilidad en el país: Ana Cristina Camacho, consultora y experta en Sostenibilidad; Olga Sauma, Directora de la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED); y Karla Chaves, Directora Ejecutiva de Próxima Comunicación. Se realizó una sesión de 30 minutos con cada una de ellas vía Zoom.

El procesamiento de la información obtenida de las consultas permitió obtener como producto final la lista total de temas de impactos del COLPER, la cual fue nuevamente presentada a la Comisión de Sostenibilidad y representó el principal insumo para la siguiente etapa de proyecto.

Análisis de materialidad

Definición de herramienta para análisis de materialidad

Con el fin de identificar los principales impactos (temas materiales) del COLPER, se realizó un análisis de materialidad. Para el desarrollo de este fue necesario identificar una herramienta adecuada que permitiera la priorización de los temas.

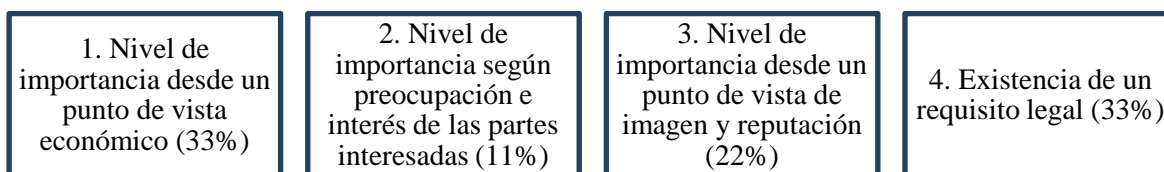
Se realizó una investigación de metodologías y herramientas disponibles entre las cuales se citan: metodología GRI (Figura 3), metodología de KPMG (Figura 4), metodología de AccountAbility (Figura 5), herramientas desarrolladas por la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED) y herramienta desarrollada por María Fernanda Sáenz (2023), ingeniera ambiental del Tecnológico de Costa Rica.

Inicialmente, se desarrolló una herramienta en Excel tomando como base una de las propuestas de AED. Se definieron ocho criterios de evaluación con su respectiva valoración, para ser sometidos a análisis tanto por parte de COLPER como de las partes interesadas. Dicha herramienta fue presentada a la Comisión de Sostenibilidad, la cual dio su retroalimentación y sugirió realizar cambios importantes. Debido a que es la primera vez que el COLPER realiza un análisis de materialidad, la Comisión sugirió utilizar una herramienta menos compleja, con menos criterios de evaluación (recomendaron menos de cinco criterios) y una escala de medición más sencilla, la cual fuera igual o similar para todos los criterios. Para realizar los cambios solicitados, se tomó como base la herramienta sencilla de AED, la cual fue modificada sustancialmente. Los criterios utilizados en la evaluación de los temas de impacto fueron los mostrados en la Figura 8. La valoración de los primeros tres criterios es de uno a cuatro, donde:

- 1: No es importante
- 2: Poco importante
- 3: Importante
- 4: Muy importante

En el caso del criterio cuatro, se consideró únicamente si existe o no un requisito legal. En el Anexo 6 se muestra la herramienta completa, la cual fue también validada por la Comisión de Sostenibilidad de COLPER.

Figura 8. Criterios de evaluación para análisis de materialidad en el COLPER



Nota: Elaboración propia.

Cada uno de los cuatro criterios tenía un peso asociado entre tres y uno, o bien, entre 100 % y 0 % de forma que se visualice el nivel de importancia asociado (porcentajes mostrados entre paréntesis en la Figura 8). La importancia económica junto con el cumplimiento legal son los más relevantes con el 33 % (es decir, con un peso de 3), seguido de la importancia para la imagen y reputación con 22 % y, finalmente, la importancia para las partes interesadas con un 11%).

Los rangos definidos para determinar si un tema era material o no fueron:

- Menor a 34 %: Bajo (no material, importancia baja)
- Entre 35 % y 67 %: Medio (no material, importancia media)
- Mayor a 68 %: Alta (tema material, importancia alta)

Es importante mencionar que se incluyó una definición para cada uno de los temas de impacto, con el fin de que al momento de realizar el taller de materialidad todas las personas participantes tuvieran un mismo concepto de qué significaba cada uno de ellos, el detalle de estos se muestra en el Anexo 7.

Definición de temas materiales

Tal como menciona Asela (2002), desde el enfoque cualitativo, la única realidad existente es la construida por los involucrados en la situación investigada, así que existen tantas realidades como personas participantes; por lo tanto, se consideró muy importante el

involucramiento de diferentes personas relacionadas con el COLPER, para llevar a cabo el taller de análisis de materialidad.

Al igual que con la identificación y priorización de las partes interesadas, se realizó una sesión de trabajo con miembros estratégicos del Colegio, en este caso, en modalidad híbrida (virtual y presencial), para aplicar la herramienta de análisis de materialidad. Se contó con la participación de 15 personas (cinco virtuales y diez presenciales). El grupo estuvo conformado por miembros de la Junta Directiva, del Tribunal de Elecciones Internas, Comisión de Sostenibilidad, Dirección Ejecutiva, jefaturas de Servicios Generales, Fondo de Mutualidad, Proyección y Financiera Contable y encargado de Tecnologías de Información. No se pudo contar con la participación de representantes del Tribunal de Honor y Ética ni de la finca recreativa como inicialmente se dispuso.

En la sesión de trabajo, se contextualizó a las personas participantes sobre los resultados obtenidos en el proyecto, el objetivo del taller y la importancia de este para el desarrollo de la Estrategia de Sostenibilidad. Además, se explicó a detalle el uso de la herramienta de materialidad. Debido a la cantidad de personas, se decidió trabajar en tres grupos (uno virtual y dos presenciales). Tal como lo mencionan Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018), las sesiones son métodos de recolección de datos en reuniones de grupos pequeños y medianos (de tres a 10 personas), donde se conversa a profundidad en un tema y se le conduce por medio de un especialista con actividades interactivas. De esta manera, la división en grupos pequeños permitió aplicar más eficientemente, la herramienta según la perspectiva y conocimiento que cada una de las personas participantes tiene del COLPER.

Posteriormente, los resultados se socializaron y discutieron en plenaria, y se obtuvo la lista de temas materiales a considerar en la Estrategia de Sostenibilidad. Debido a que la mayoría de los temas fueron evaluados como materiales por los tres grupos de trabajo, se decidió agruparlos en temas aún más generales que englobaran varios con temáticas similares, lo que sirvió como insumo para el diseño de los ejes de la estrategia.

Definición de la Estrategia de Sostenibilidad

En la sesión de trabajo mencionada en el apartado anterior, se aprovechó para conocer la opinión de las personas participantes con respecto a ejes estratégicos o pilares que podría contener la estrategia, así como proyectos que les interesara fueran incluidos.

Al contar con los temas materiales definidos, así como ideas preliminares de ejes estratégicos e ideas de proyectos, se procedió a desarrollar una propuesta consolidada de las bases de la estrategia (ejes estratégicos, objetivos estratégicos y proyectos). Se consideró el contexto estudiado, *benchmarking*, necesidades expresadas por las partes interesadas y personas tomadoras de decisión del COLPER. Importante por mencionar que las propuestas de proyectos fueron en algunos casos inspirados a partir de las acciones ya definidas en el Plan Anual Operativo (PAO) 2024, así como el Plan Estratégico 2023-2024, según sugerencia realizada en el día del taller. En los casos que aplicara, se referenciaron los proyectos con dichas acciones, con el fin de que, al momento de la validación, las personas pudieran visualizar su vinculación. Esta primera propuesta fue enviada a la Comisión de Sostenibilidad y Junta Directiva, junto con la propuesta del formato de Plan de Acción de la Estrategia de Sostenibilidad.

Una vez validados los ejes, objetivos y proyectos por la Junta y la Comisión, se alineó cada proyecto establecido con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus metas, así como la definición del alcance. Además, se realizó un plan de acción para cada proyecto con sus respectivos indicadores, metas, actividades, responsables y plazos de ejecución. Se definió una línea base para cada actividad; para conocer si se contaba con dicha información, así como la obtención de los datos, se consultó a miembros de la Junta Directiva y personas colaboradoras del Colegio. Finalizada la propuesta del plan de acción, se envió nuevamente a validación de la Comisión de Sostenibilidad y Junta Directiva.

Adicionalmente, se definió un lema y un propósito, siendo este último una modificación de la misión actual de COLPER. También, se realizaron una serie de recomendaciones para la implementación de la estrategia según el modelo de gestión actual, de forma que se pueda dar continuidad al proyecto por parte de Juntas Directivas posteriores.

Capítulo III: Análisis del contexto organizacional y *benchmarking*

A continuación, se muestra el capítulo de análisis de contexto organizacional del COLPER, así como el desarrollo del benchmarking en temas de ASG. Identificándose las principales funciones, roles y actividades que desarrolla el Colegio, así como un análisis de mercado de los principales Colegios nacional e internacionales en temas de sostenibilidad.

Análisis del contexto organizacional

El Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica es un ente público no estatal que apoya y fomenta el ejercicio profesional de los comunicadores, bajo principios éticos y de excelencia, que incide en el acceso a la información, la libertad de prensa y el fortalecimiento de la democracia (COLPER, 2019). El Colegio se regula bajo la Reforma a la Ley Orgánica del Colegio de Periodistas de Costa Rica N° 10042 y el Reglamento del Colegio de Periodistas de Costa Rica N° 32599, en donde se mencionan las atribuciones, funciones de cada órgano del Colegio y su estructura. Tal como se mostró en la Figura 2, está estructurado bajo una Asamblea General, Junta Directiva, Tribunal Electoral y el Tribunal de Honor, de los cuales se explican sus labores y composición en el Cuadro 3.

El COLPER está conformado por una red robusta de órganos claramente estructurados, con funciones y atribuciones muy claros por Ley. La Junta Directiva se apoya de la Dirección Ejecutiva para cumplir con sus responsabilidades, el cual es el brazo técnico y ejecutor de la Junta. Desde la Dirección Ejecutiva se llevan a cabo las funciones logísticas, administrativas, técnicas y departamentales, desde la adquisición de un servicio y/o producto hasta la contabilidad y proyección institucional (ver Figura 2).

Cuadro 3. Funciones de los órganos del COLPER (Tomado de COLPER, s.f)

Órgano	Labores	Conformado por
Asamblea General	Se encarga de elegir a los miembros de la Junta Directiva y de los distintos órganos del Colegio. Debe aprobar los informes de los órganos, conocer las apelaciones planteadas por los colegiados respecto a decisiones de la Junta Directiva o de los fallos del Tribunal de Honor. Se encarga, además, de aprobar el Código de Ética Profesional, presupuesto anual de gastos y cualquier otra acción que le faculte.	Todos los miembros activos de personas agremiadas
Junta Directiva	Es el órgano encargado de cumplir con los fines que establece la Ley y de ejecutar los acuerdos de la Asamblea General. Entre sus principales atribuciones son: ejecutar los acuerdos de la Asamblea, convocar a Asamblea General, formular presupuestos ordinarios, rendir informes anuales, formular política global del Colegio, aprobar o denegar solicitudes de incorporación del Colegio, nombrar representantes del Colegio, comisiones de trabajo y dirigir publicaciones del Colegio, entre otros.	Presidencia, una Vicepresidencia, una Secretaría, una Tesorería y tres Vocalías.
Tribunal Electoral	Es el órgano encargado de la organización, supervisión, coordinación y fiscalización de los procesos de elección de los miembros de la Junta Directiva. En el cumplimiento de sus funciones se guiarán por los principios democráticos que informan el sistema político vigente en el país, y que legitime la elección de directores (as), como manifestación soberana de la Asamblea General, para ello tendrá absoluta independencia.	Integrado por cinco miembros propietarios y dos suplentes nombrados por la Junta Directiva.
Tribunal de Honor	Debe hacer cumplir las leyes, convenciones, principios, códigos y reglamentos que norman el ejercicio de la profesión de las personas comunicadoras. Además, vela por las buenas prácticas y las relaciones entre medios, colegiados, y usuarios.	Por cinco miembros propietarios y cinco miembros suplentes, los cuales serán nombrados por la Junta Directiva.

Como se mencionó anteriormente, el COLPER agrupa a siete tipos de profesiones: publicidad, periodistas, diseño gráfico, animación digital, diseño publicitario, relaciones públicas, producción audiovisual. Una vez graduados las personas profesionales, tienen la opción de afiliarse o no al COLPER. Al 04 de mayo del 2023, se contaba con 2.645 personas agremiadas y se desconoce el dato de profesionales no agremiados relacionados con estas carreras (COLPER, 2023), estos últimos ejercen sin el respaldo del Colegio. Las personas colegiadas pueden ser trabajadores independientes o laborar para alguna organización pública o privada. También, se encuentran respaldadas por el Colegio empresas - medios de comunicación, que así lo desean, esto por medio del proyecto Sello de Garantía. Esta es una certificación que emite el COLPER a los medios de comunicación regionales, locales, sectoriales y especializados que voluntariamente lo solicitan y cumplen con requisitos establecidos vía reglamento (COLPER, 2023).

Finalmente, del Colegio se desprenden 3 actividades principales:

- **Recursos para el Sindicato de Periodistas:** Los ingresos de este sindicato provienen en gran parte del COLPER, según lo establece la ley 5527 “Ley del Timbre del Colegio de Periodistas” (COLPER, 2023). Es importante mencionar que este sindicato agrupa únicamente a periodistas, de los cuales, para su pertenencia a esta agrupación, no necesariamente se les obliga que estén colegiados. El funcionamiento del sindicato es independiente del COLPER, la vinculación entre ambos es meramente el expendio económico que se le asigna.
- **Servicios y beneficios a la sociedad costarricense:** Dentro de las labores que se desprenden del funcionar del COLPER en beneficio de la sociedad, se pueden citar el pronunciamiento a nivel público en temas relacionados con comunicación, pronunciamientos relacionados con el ejercer profesional de personas agremiadas y medios de comunicación de Sellos de Garantía, así como comunicadores no agremiados que han incurrido en faltas éticas o contrarias a los principios de la comunicación.
- **Servicios y beneficios a las personas agremiadas:** Es la actividad de mayor relevancia, ya que comprende servicios tales como: capacitaciones, préstamo de

instalaciones de grabación, zonas de recreo, atención médica, becas, así como, servicios ofrecidos por el Fondo de Mutualidad y desarrollo de proyectos que promueven la comunicación. Abordando más profundamente el Fondo de Mutualidad, dentro de los beneficios que ofrece se encuentra la facilidad de optar por créditos, ya sean hipotecarios, personales, para gastos funerarios, tratamientos estéticos, temas de salud, turismo, marchamo, estudios en educación superior, entre otros. También ofrecen subsidios en caso de incapacidad permanente o temporal, fallecimiento de un familiar, nacimiento o adopción, entre otros (Fondo de Mutualidad COLPER, 2021)

A fin de lograr beneficios para las personas colegiadas, son necesarias alianzas estratégicas, por lo tanto, organizaciones públicas y privadas se consideran partes interesadas. Por ejemplo, el COLPER maneja una bolsa de empleo, que requiere de sinergia entre el colegio y empresas que requieren contratar a profesionales en el campo de la comunicación. Estas oportunidades laborales son accesibles únicamente a personas agremiadas, pues se requiere de acceso a la plataforma, asegurando así a las organizaciones que las ofertas serán vistas solo por profesionales colegiados. También, se manejan alianzas con empresas hoteleras y del campo de la salud, las cuáles dan descuentos a agremiados. Desde esta entidad también se pueden crear alianzas con otras organizaciones para generar proyectos de comunicación, proyectando así el quehacer de profesionales en este sector.

Benchmarking

Se desarrolló un análisis de *benchmarking*, el cual identifica instancias similares para entender las estrategias, mejores prácticas o servicios similares al COLPER, realizándose un análisis nacional e internacional, detallado a continuación:

A nivel nacional

Al realizar el estudio de *benchmarking* con otros colegios o asociaciones de profesionales en Costa Rica, se obtuvieron los resultados del Cuadro 4. El CFIA, es el colegio profesional en el país con mayor trayectoria en materia de sostenibilidad, pues cuenta con una estrategia definida en estos temas, lo que implica que han realizado un análisis de materialidad e identificación de partes interesadas, así como sus consultas. Además, desde el 2020 presentan

reportes de sostenibilidad, sin embargo, desde el 2016 han comunicado un compendio de resultados, aunque de manera más sencilla en documentos llamados Memorias Anuales (desde el 2016 al 2019). Adicionalmente, ha sido galardonado con Bandera Azul Ecológica en diferentes edificios y sedes del Colegio, incluso, lideran la categoría Construcción Sostenible. Otro punto importante para resaltar del CFIA, es que cuenta con una persona encargada por completo en temas de responsabilidad social y sostenibilidad, situación que no se presenta en ningún otro colegio profesional del país. Esta persona resalta al momento de entrevistarla, que cada proyecto, programa o actividad realizada a lo interno del colegio debe estar relacionado a algún tema material identificado (Solano, 2023).

En el caso del Colegio de Abogados, Ciencias Económicas y COLYPRO, las principales acciones vinculadas con la sostenibilidad se relacionan con comisiones y proyectos que, por su naturaleza, abarcan algún aspecto ASG. Sin embargo, no necesariamente son enmarcados como tal, pues no cuenta con una estrategia, o bien, el colegio no muestra que estos sean parte de su interés en sostenibilidad. Por ejemplo, el Colegio de Abogados ha definido numerosas comisiones relacionadas con derechos humanos, género, familia, derecho comunitario, derecho laboral, derecho al mar, entre muchos otros, no obstante, estas existen por la naturaleza misma del colegio, mas no por su compromiso estratégico en sostenibilidad.

En el Colegio de Abogados, indican contar con una oficina de responsabilidad social, sin embargo, esta se dedica únicamente a brindar asesoría y representación legal a personas que no pueden acceder a ella por falta de recursos.

Referente a las certificaciones en temas vinculados con sostenibilidad, el COLYPRO cuenta con ISO 9001, mientras que el de Ciencias Económicas con Bandera Azul Ecológica.

A nivel internacional

Al realizar el estudio de *benchmarking* con otros colegios o asociaciones de profesionales en España e Italia que brindan servicios similares al COLPER, siendo todas organizaciones reconocidas en el gremio de la comunicación, y que el Colegio siempre los ha tenido de referencia en diferentes temas de comunicación y periodismo, se identificó que no han elaborado una estrategias ni reportes en materia de sostenibilidad, tampoco se visualizan

desde sus informes de labores anuales o páginas web identificación o inclusión de criterios ASG. No cuentan con certificaciones, protocolos o estándares en materia de sostenibilidad.

Algunos de los proyectos que presentan podrían estar vinculados, por ejemplo, en el caso de Catalunya se realizan programas de formación tanto para personas agremiadas, empresas y escuelas de verano/invierno. En este último se enfocaron en julio 2023 en inteligencia artificial. No parece que haya cursos relacionados con sostenibilidad (Colegio de Periodistas de Catalunya, 2023).

En el caso de la Asociación de la Prensa de Madrid no se visualizan proyectos, temas materiales, estrategia o reporte de sostenibilidad, tampoco tienen un departamento específico de Responsabilidad Social, pero sí cuentan con Recursos Humanos y departamento Legal, así como una comisión de igualdad (Asociación de Periodistas de Madrid, 2022). La misma situación presenta la Federación Nacional de Prensa Italiana, donde no se identificaron reportes o estrategia de sostenibilidad, tampoco se visualizan en sus reportes y página web proyectos relacionados a sostenibilidad o criterios ASG (Federación Nacional de Prensa Italiana, 2023).

En el Cuadro 4 se presenta un resumen del análisis de estas organizaciones (nacionales e internacionales) en materia de sostenibilidad.

Cuadro 4. Resultados del benchmarking.

Colegio profesional	Reporte Sostenibilidad	Estrategia sostenibilidad	Certificaciones ASG	Proyectos ASG	Departamento/Oficina Responsabilidad Social y/o sostenibilidad	Comisiones relacionadas con sostenibilidad	Temas materiales identificados
CFIA	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Colegio de Abogados	No	No	No	Sí	Sí	Sí	No
Colegio de Ciencias Económicas	No	No	Sí	Sí	No	No	Sí
COLYPRO	No	No	Sí	Sí	No	No	No
Asociación de la Prensa de Madrid (España)	No	No	No	Sí	No	No	No
Asociación de periodistas de Catalunya (Barcelona-España)	No	No	No	Sí	No	No	No
Federación Nacional de Prensa Italiana (Italia)	No	No	No	No	No	No	No

Nota: Tomado de Solano (2023), Colegio de Periodistas de Catalunya (2023), Asociación de Periodistas de Madrid (2022), Federación Nacional de Prensa Italiana (2023).

Identificación de impactos preliminares

Al realizar el análisis de *benchmarking*, la identificación de impactos por consulta a personas colaboradoras y al investigar algunos estándares mundiales relacionados con sostenibilidad, se identificó una lista de temas de impactos propios de la actividad que realiza el COLPER, se obtuvieron los mostrados en el Cuadro 5. Es importante mencionar que en el caso de la ISO 26000, se tomaron en cuenta únicamente aquellos asuntos que aplican al Colegio. En el caso de los estándares SASB y Robeco, se determinó que no existe una clasificación de actividad específica para los colegios o asociaciones de profesionales, por lo tanto, en ambos casos, se seleccionó el sector “Servicios Profesionales” considerando que lo que el COLPER ofrece son servicios a sus personas agremiadas y otras partes interesadas. En el Anexo 4 se muestran los temas de impacto obtenidos de cada estándar.

Los nombres de los temas de impacto del Cuadro 5 han sido modificados con respecto al nombre exacto con que aparecen en los estándares, esto por dos motivos:

1. Para que expresen de forma más específica la realidad del Colegio. Por ejemplo, el tema “seguridad y privacidad de datos” incluye, además, “de personas agremiadas o personas colaboradoras”.
2. En el caso de temas de impacto presentes en dos o más estándares, pero con nombres diferentes, se procedió a asignar uno que se consideró más representaba el impacto. Por ejemplo: SASB identifica el impacto “Seguridad de datos”, Robeco por su parte lo cita como “Privacidad”, GRI como “Privacidad del cliente” y la ISO 26000 “Respeto a los derechos de propiedad”. Por lo que para efectos de esta etapa del proyecto el nombre asignado fue “Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas/ personas colaboradoras”.

Al llevar esta lista de impactos preliminares a validar con la Comisión de Sostenibilidad del COLPER, sus personas miembros hicieron recomendaciones de modificación de nombres, así como unir aquellos temas que estaban muy relacionados, con el fin de evitar confusión en las partes interesadas a consultar. Por ejemplo, en “Apoyo a la comunidad/sociedad” se modificó: “Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores y/o actores de la sociedad”. Con esto se obtuvo una lista preliminar presentada en el Cuadro 6.

Cuadro 5. Impactos identificados preliminares en estándares relacionados con sostenibilidad. (Tomado de GRI (2022), IFRS Foundation (2023), S&P Global (2022), INTECO (2010)).

Tema de impacto	GRI	SASB	Robeco	ISO 26000	Benchmarking
Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas/ personas colaboradoras	X	X	X	X	-
Respeto a la diversidad e inclusividad, evitando la discriminación	X	X	-	X	X
Ética e integridad en la prestación de servicios y procesos brindados en el COLPER	X	X	X	X	X
Eficiencia y calidad en la prestación de servicios del COLPER	-	-	-	X	X
Estrategia climática	-	-	X	X	-
Operación ecoeficiente	X	-	X	X	X
Respeto a los derechos humanos de personas colaboradoras/ personas colegiadas/partes interesadas	-	-	X	X	X
Capacitación y formación de personas colaboradoras/ personas colegiadas/partes interesadas	X	-	X	X	X
Seguridad y salud ocupacional en las actividades/trabajo	X		X	X	
Atracción y retención del talento tanto de colaboradores/ agremiados/empresas (sello calidad)	-	-	X	-	X
Indicadores de prácticas laborales	-	-	X	-	-
Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio	-	-	X	X	-
Promoción de la Responsabilidad Social en la cadena de valor	X	-	-	X	-
Apoyo a la comunidad /sociedad	X	-	-	X	X
Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas y colaboradoras (bienestar integral)	X	-	X	X	X
Apoyo a la generación de empleo	X	-	-	X	X
Prácticas de igualdad de género	X	-	-	X	X
Comunicación que demuestre transparencia	X	-	-	X	X
Libertad de asociación y de negociación colectiva	X	-	-	X	X
Promoción de la libertad de prensa	-	-	-	-	X
Desarrollo y acceso a la tecnología	-	-	-	X	X

Tema de impacto	GRI	SASB	Robeco	ISO 26000	Benchmarking
Desempeño económico	X	-	-	X	-
Condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre colaboradores COLPER	X	-	-	X	X

Cuadro 6. Impactos identificados y validados por la Comisión de Sostenibilidad del COLPER.

Tema de impacto	GRI	SASB	Robeco	ISO 26000	Benchmarking
Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	X	X	X	X	-
Respeto a la diversidad, inclusividad e igualdad de género, evitando la discriminación	X	X	-	X	X
Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	X	X	X	X	X
Estrategia climática	-	-	X	X	-
Operación ecoeficiente	X	-	X	X	X
Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas	-	-	X	X	-
Capacitación y formación de colaboradores/ Colegiados/empresas/partes interesadas	X	-	X	X	X
Atracción y retención del talento de personas colaboradoras/Atracción y retención de más personas agremiadas al COLPER	-	-	X	-	X
Indicadores de prácticas laborales	-	-	X	-	-
Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio	-	-	X	X	-
Incentivo a acciones de responsabilidad social en proveedores del COLPER	X	-	-	X	-
Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores y/o actores de la sociedad	X	-	-	X	X
Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas y colaboradoras (bienestar integral)	X	-	-	X	X
Apoyo a la búsqueda y generación de empleo	X	-	-	X	X
La comunicación e información brindada por el COLPER demuestra transparencia	X	-	-	X	X

Tema de impacto	GRI	SASB	Robeco	ISO 26000	<i>Benchmarking</i>
Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva	X	-	-	X	X
Facilitar a las personas colegiadas las condiciones para acceder a innovación y tecnología	-	-	-	X	X
Capacidad de gestión financiera y económica del COLPER	X	-	-	X	-
Condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre colaboradores COLPER	X	-	-	X	X

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IV: Identificación de expectativas de las partes interesadas

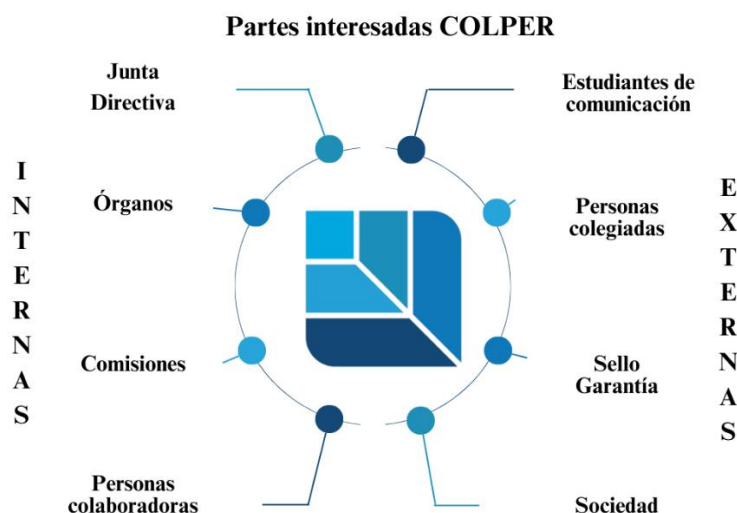
En el presente capítulo se muestra el proceso de identificación y priorización de partes interesadas del COLPER mediante un taller presencial, así como el resultado de dicha consulta, observándose las expectativas y necesidades de las partes consultadas.

Identificación y priorización de partes interesadas

Con el fin de identificar y priorizar a las partes interesadas del COLPER, se convocó a un grupo interfuncional de personas colaboradoras y Junta Directiva con amplios conocimientos de la organización. Se contó con la participación de la presidenta de la Junta y el fiscal, quien también es miembro de la Comisión de Sostenibilidad, así como la directora ejecutiva y las personas en puestos de jefatura de los departamentos Servicios Generales, Fondo de Mutualidad, Proyección y Financiero Contable.

Como resultados de este taller se obtuvieron dos listas de partes interesadas según cada grupo de trabajo y dos listas de partes interesadas prioritarias, también definidas así por los grupos, al considerar la dependencia de estos *stakeholders* del COLPER, así como la influencia de ellos en el Colegio. Finalmente, el resultado obtenido fue la lista definitiva de partes interesadas prioritarias, la cual se muestra en la Figura 9.

Figura 9. Partes interesadas prioritarias del COLPER



Nota: Elaboración propia a través del taller presencial de identificación y priorización de partes interesadas.

Como partes internas, los participantes visualizaron de alta influencia y dependencia a la Junta Directiva, Órganos, comisiones y personas colaboradoras. A la Junta Directiva la ven como posibles contribuidores para la reputación, manejo de recursos y capacidad de innovar en el COLPER. Mientras que a las comisiones las visualizan con una alta dependencia, pues llevan a la Junta los temas relevantes a financiar y trabajar a nivel estratégico. Asimismo, los Órganos son considerados de alta influencia porque pueden llegar a revocar, restringir u obstaculizar decisiones o cambios a nivel del COLPER.

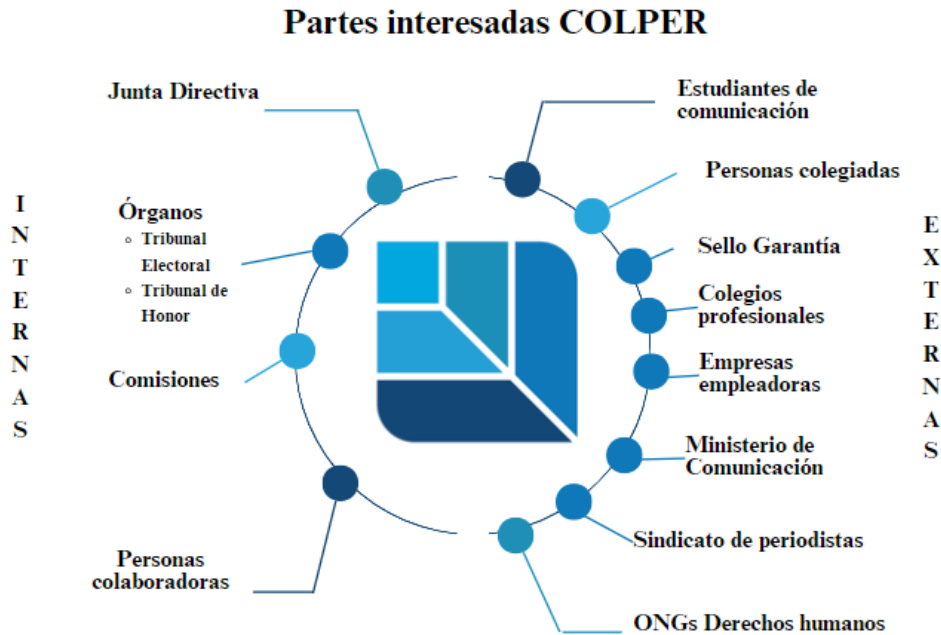
A nivel de media influencia y alta dependencia, están las personas colaboradoras, pues ellos contribuyen a la capacidad de aprendizaje e innovación del COLPER, así como hay una dependencia financiera directa, por salarios, compras, entre otros.

Externamente, se visualiza de alta influencia y dependencia, a las personas estudiantes, personas agremiadas, Sello de Garantía y sociedad civil. Las personas agremiadas juegan un papel de gran relevancia como parte interesada del COLPER, puesto es la razón de ser del Colegio, este depende de las personas agremiadas para su subsistencia, además, las personas agremiadas pueden influir en la reputación, acceso a recursos y obstaculizar las acciones de la organización. En el caso de las personas estudiantes se identificaron como alta influencia, pues entre más estudiantes se logren agremiar al egresarse de sus universidades, el COLPER tendrá más personas agremiadas en sí, por ello, son un público de internes relevante.

En el caso del Sello de Garantía, hace que empresas y organizaciones sean reconocidos como entes de calidad respaldados por el COLPER, esto mejora la reputación y su trabajo, siendo una parte con alta influencia y dependencia dentro del Colegio. Finalmente, la sociedad civil en general se visualizó como contraparte prioritaria, pues existen organizaciones de la sociedad, ministerios, sindicatos, empresas empleadoras y otros de gran relevancia para el quehacer del COLPER, que influyen en ciertos aspectos y algunos de ellos dependen de este Colegio, como es el caso del Sindicato de Periodistas.

La lista de partes interesadas presente en la Figura 9 se llevó a validación de la Comisión de Sostenibilidad del COLPER. Esta recomendó desagregar las partes interesadas externas de forma más específica, por lo tanto, se realizó el ajuste tal como se muestra en la Figura 10.

Figura 10. Partes interesadas prioritarias del COLPER desagregadas



Nota: Elaboración propia a través del taller presencial de identificación y priorización de partes interesadas.

La Comisión de Sostenibilidad indicó la importancia de desagrupar sociedad civil en las diferentes entidades a los que el COLPER tiene influencia o estas, tienen dependencia del Colegio, por ello, sociedad se desagrupó en Colegios Profesionales, empresas empleadoras, Ministerio de Comunicación, Sindicato de Periodistas y ONG de prensa enfocadas en Derechos Humanos. Cabe destacar que estas entidades fueron mencionadas en el taller de partes interesados, pero agrupados como uno todo en sociedad.

Consulta a partes interesadas

Con los temas de impacto preliminares definidos y, las partes interesadas más relevantes del COLPER identificadas, se llevó a cabo del proceso de consulta. Debido a que no todos los temas de impacto del Cuadro 6 interesan o aplican por igual a todas las partes interesadas a consultar (Cuadro 8), se seleccionaron estratégicamente cuales temas incluir en la herramienta de consulta de cada una. En el Cuadro 7 se presenta este resumen.

Cuadro 7. Impactos contemplados en la consulta a partes interesadas

Tema de impacto	Agremiados	Junta directiva	Colaboradores	Empleadores	Órganos	Sindicato periodistas	ONG derechos humanos
Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	X	X	-	-	X	-	X
Respeto a la diversidad, inclusividad e igualdad de género, evitando la discriminación	X	X	X	X	X	X	X
Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	X	X	X	X	X	-	X
Estrategia climática	-	-	-	-	-	-	-
Operación ecoeficiente	X	X	X	-	-	-	-
Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas	X	X	X	X	X	X	X
Capacitación y formación de colaboradores/ Colegiados/empresas/partes interesadas	X	X	X	X	X	-	-
Atracción y retención del talento de personas colaboradoras/Atracción y retención de más personas agremiadas al COLPER	X	X	X	X	-	X	-
Mantenimiento de indicadores vinculados a prácticas laborales del COLPER	-	-	-	-	-	-	X
Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio	X	X	X	-	X	X	-
Incentivo a acciones de responsabilidad social en proveedores del COLPER	-	X	X	-	-	-	-
Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores y/o actores de la sociedad	X	X	-	X	-	-	X
Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas y colaboradoras (bienestar integral)	X	X	X	X	X	-	X

Tema de impacto	Agremiados	Junta directiva	Colaboradores	Empleadores	Órganos	Sindicato periodistas	ONG derechos humanos
Apoyo a la búsqueda y generación de empleo	X	X	X	X	X	X	X
La comunicación e información brindada por el COLPER demuestra transparencia	X	X	X	X	X	X	-
Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva	X	X	X	X	X	X	X
Facilitar a las personas colegiadas las condiciones para acceder a innovación y tecnología	X	X	-	X	-	-	-
Capacidad de gestión financiera y económica del COLPER	X	X	X	-	-	X	-
Condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre colaboradores COLPER	-	-	X	-	-	-	X

Nota: Elaboración propia a través de los instrumentos de consulta a partes interesadas.

Las encuestas buscaban identificar el nivel de importancia de los impactos que, según las personas consultadas, deben trabajarse en una Estrategia de Sostenibilidad del COLPER. En el Cuadro 8 se muestra la cantidad de personas u organizaciones propuestas inicialmente a consultar, así como las respuestas obtenidas al finalizar esta etapa del proyecto.

Cuadro 8. Detalle de respuestas y métodos de consulta propuestos en comparación a los obtenidos al finalizar la consulta a partes interesadas.

Partes interesadas	Número total de partes interesadas	Muestra significativa	Respuestas recibidas
Personas colaboradoras (incluye Junta Directiva, Órganos y administrativos)	45	13	39
Personas colegiadas	2600	34	58
Personas colegiadas vinculados con sostenibilidad	3	3	3
Estudiantes en carreras relacionadas al COLPER	No definido	10	20
Empleadores (agencias de comunicación y medio de comunicación y Sello Garantía)	No definido	Las que se logre que respondan	1
Ministerio de Comunicación	1	1	0
Sindicato de periodistas	1	1	2
Organizaciones de derechos humanos relacionados con prensa	1	1	0
Colegios profesionales prioritarios	5	1	1

Nota: Elaboración propia.

Se logró obtener el total deseado de respuestas para las personas colaboradoras, agremiadas, colegios profesionales, personas estudiantes y personas agremiadas expertas en sostenibilidad. Sin embargo, para el caso de las demás partes interesadas no se pudieron recopilar la cantidad exacta según la muestra estimada; pues los formularios y solicitudes de consulta de reuniones no fueron atendidos. Las personas a cargo de la Comisión de Sostenibilidad y Dirección Ejecutiva enviaron a las diferentes instancias las solicitudes, sin embargo, no se recibió respuesta.

Al llevar a cabo esta etapa de proyecto, se entendió que existe un desafío de comunicación del COLPER hacia sus partes, pues las personas empleadoras, universidades y otras no respondieron a solicitudes expresadas por el Colegio rápidamente, por lo tanto, se debió utilizar la cercanía de la Comisión con personas profesores y empleadores.

Personas agremiadas

En las encuestas de las personas agremiadas, de las 58 respuestas obtenidas, en promedio el 95 % indicaron que los impactos consultados son muy importantes o importantes de evaluar en la estrategia, además, solicitaron considerar otros temas como mejores tarifas para colegiarse, interseccionalidad y género, accesibilidad a formación y capacitación, a proyectos en diferentes partes del país, así como la generación de alianzas, posicionamiento estratégico del COLPER en temas de interés nacional y de sostenibilidad.

Personas agremiadas expertas en sostenibilidad

El resultado obtenido de las consultas a personas agremiadas se complementa con las entrevistas realizadas a partes interesadas agremiadas expertas en sostenibilidad, en este caso a las señoras Ana Cristina Camacho, Olga Sauma y Karla Chaves, quienes dieron soporte para entender el papel que juegan las personas agremiadas dentro del Colegio, así como la visión que consideran debe tener la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER. Según sus puntos de vista, actualmente el COLPER no es una figura activa en temas de responsabilidad social y sostenibilidad, consideran que el Colegio debe tener un papel más activo y robusto en el tema. Mencionaron que el COLPER podría apoyar la gestión del conocimiento en sostenibilidad a las futuras generaciones de personas en la comunicación; así como ser un catalizador de acciones de sostenibilidad en medios y agencias de comunicación; es decir, ser un vocero a las personas colegiadas para que comprendan lo que la sostenibilidad es y, así comunicarlo ética y transparentemente.

Un aspecto importante mencionado por las expertas fue que, al ser una institución muy particular, la Estrategia de Sostenibilidad no puede venir solo impulsada por la Junta Directiva de turno, por ello, se debe formar y capacitar a las personas colaboradoras para que puedan llevar a cabo la estrategia desarrollada en el futuro, por lo tanto, su empoderamiento y fortalecimiento de capacidades es vital.

Además, mencionaron que los medios de comunicación que utiliza el Colegio no son suficientes y no llegan a todas las personas colegiadas por medio del correo electrónico, deben abrir nuevas plataformas y/o herramientas de comunicación para transmitir

adecuadamente los mensajes y que así le lleguen a la mayor cantidad de partes interesadas posibles. Los principales impactos mencionados por las agremiadas expertas en sostenibilidad fueron:

- Formación y capacitación
- Ética y transparencia
- Cumplimiento legal y normativo
- Cohesión de colegiados
- Proyectos y/o programas en la finca
- Vinculación y acercamiento con universidades
- Posicionamiento
- Fortalecimiento a medios de comunicación
- Generación de alianzas
- Género
- Gobernanza
- Presupuesto para sostenibilidad

Para ellas es de gran importancia incentivar la formación y capacitación constante, donde temas de género, procedimientos adecuados de hostigamiento laboral y acoso sexual se visualicen; además, que los temas de impacto en ética y conducta sean fortalecidos en todos los procesos legales realizados a lo interno; que se visualice una adecuada Gobernanza, cumplimiento legal y normativo.

Un aspecto relevante que mencionaron fue el acercamiento y vinculación con las universidades de carreras de egresados en materia de comunicación, pues ellas visualizan que falta más cercanía del colegio a las universidades y a los estudiantes; viendo al COLPER como un promotor a estas carreras, abordando temas de sostenibilidad y siendo catalizador-posicionador de temas de importancia a nivel país. Además de la necesidad de trabajar para que cada vez más egresados quieran agremiarse a la institución. Asimismo, el Colegio debe ser un promotor de la cohesión de las personas ya colegiadas.

También, se visualiza que la finca perteneciente al Colegio sea líder en espacios, acciones, programas y proyectos en materia social y ambiental, por ejemplo, programas de reforestación, de mantenimiento de cobertura forestal, programas de reciclaje en alianza con municipalidad, temas de tratamiento de aguas y en general un espacio donde se labora con buenas prácticas, entre otras.

La generación de alianzas estratégicas fue un tema de gran valor para las tres agremiadas, pues visualizan que el COLPER puede ser un canalizador de potenciales recursos técnicos y económicos para el cumplimiento de objetivos país y propios; solamente que la planificación estratégica es un tema que sí debe solventarse para que las alianzas generadas tengan un valor agregado.

Personas colaboradoras (administrativos, Junta Directiva y Órganos)

Aunque inicialmente se solicitó el envío diferenciado del formulario a las personas colaboradoras, Junta Directiva y Órganos, este se envió a todos por igual. Por lo tanto, a continuación se resumen los resultados obtenidos de estos tres grupos.

El 94 % indicó que los impactos propuestos son importantes o muy importantes para ser considerados. Mencionaron otros temas que se deberían tomar en cuenta:

- Gobernanza para la ejecución de la estrategia
- Mejoras significativas en el salario
- Permitir las condiciones y oportunidades de ascender para los colaboradores dentro del mismo Colegio
- Gestión personal de los agremiados, buscando el bienestar integral de estos, de manera que se mejore su desempeño profesional
- Distinción en materia ambiental con reconocimientos como Bandera Azul
- Comunicación oportuna entre las personas colaboradas y la Junta
- Existencia de banco de datos para ofertas laborales
- Campañas de gestión ambiental en las instalaciones administrativas y recreativas
- Ética y calidad de comunicación bajo principios de veracidad, pluralismo y diversidad de fuentes
- Impulso a la participación del colegio en proyectos y actividades que beneficien a la comunidad de colegiados COLPER
- Fomento al uso responsable de las herramientas y plataformas tecnológicas en la práctica periodística y de comunicación
- Lucha contra la desinformación

- Promoción de la privacidad en línea
- Generación de colaboraciones y alianzas con otras organizaciones y colegios profesionales que compartan objetivos similares de sostenibilidad

Como comentarios adicionales, resaltaron la necesidad de establecer indicadores y métricas para medir el impacto de las acciones y programas de sostenibilidad que se implementen, para así poder evaluar el progreso y ajustar la estrategia según sea necesario.

Sindicato de Periodistas

En el caso de la consulta al Sindicato de periodistas, contestaron dos personas, ambas indicaron que es muy importante o importante incluir todos los impactos dentro de la Estrategia de Sostenibilidad. Visualizan necesario que dentro del COLPER haya un equilibrio de sus necesidades e intereses con las personas que trabajan para él y las personas de la sociedad. Un tema para considerar debe ser la protección social, la Responsabilidad Social Empresarial y el cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible; además, de la necesidad de realizar espacios de interacción permanentes dentro del Colegio.

Empleadores

Para el caso de empleadores, solo se obtuvo una respuesta, en donde la mayoría de los impactos fueron evaluados como importantes o muy importantes para ser incorporados en una estrategia, sin embargo, sí visualiza poco importante la “atracción y retención de más personas agremiadas al COLPER” y “promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva”. Se indicó que el COLPER debe realizar una reflexión sobre el futuro de las profesiones agremiadas.

Estudiantes de comunicación

Con los estudiantes de carreras de comunicación, inicialmente se propuso realizar un *focus group* con las diferentes universidades, sin embargo, la convocatoria y solicitud desde el COLPER a las escuelas de comunicación no fue fructífera, por lo tanto, se decidió realizar un Google Forms. Este fue enviado a las personas estudiantes que están en último año de las carreras de comunicación de la ULACIT. En el Anexo 5 se muestra el formulario, el cual

obtuvo diferentes resultados relacionados a como el COLPER es visualizado por ellos y ellas, se obtuvo un total de 20 respuestas. Cabe destacar que el acercamiento de la ULACIT se brindó por los contactos que la Comisión de Sostenibilidad tiene directamente con la universidad.

El 50 % de las personas estudiantes indicaron que no conocen que es el COLPER, el 45 % menciona que saben que es el Colegio de Periodistas y Comunicación, una sola persona indicó conocer la misión (5 %), las carreras y el código de ética, mientras que el restante indicó no saber nada del Colegio. Asimismo, cuando se les preguntó lo que han escuchado del COLPER, el 25 % indicó que el Colegio brinda servicios, beneficios y acompañamiento a los profesionales con actividades y cumplimiento de normativas, una persona mencionó que lucha por la defensa y libertad de prensa y expresión.

El 50 % de las personas estudiantes mencionan que consideran importante estar agremiadas al COLPER, el 25 % menciona que no lo sabe y, el otro 25 % que no lo consideran importante. Al consultarle por los beneficios que podrían obtener el 25 % mencionó becas, cursos y respaldo, el 15 % mencionó acceso a las instalaciones y oportunidades laborales, mientras que el 20 % indicó que se obtiene un respaldo para las personas profesionales, finalmente, un 30 % indicó no saber que beneficios podrían obtener al colegiarse.

Se observa que existe una necesidad de dar a conocer la importancia de estar colegiado, los beneficios y el que hacer del COLPER a la población estudiantil, con esto se podría aumentar la cantidad de personas colegiadas. El 45 % de las personas estudiantes encuestadas mencionaron que consideran importante pertenecer al Colegio después de graduarse, un 30% que no lo saben y un 25 % menciona que no consideran importante colegiarse al terminar su carrera.

Al 25 % de las personas estudiantes les gustaría recibir apoyo del COLPER por medio de talleres, cursos de capacitación gratuitos, un 20 % menciona que le interesa una buena tarifa al incorporarse, un 15 % indicó que no sabe qué apoyo le gustaría recibir, y un 20 % entre apoyo de becas y bolsa de empleo.

Algunas actividades que les gustaría a las personas estudiantes trabajar en conjunto con el COLPER son pasantías, prácticas profesionales y/o labores específicas, indicado así por el 90 % de los encuestados, el 70 % menciona que le gustaría trabajar en la participación de programas de capacitación y formación profesional y el 55 % en eventos que el COLPER realiza como la Semana de la Comunicación, asambleas, entre otros. Para las personas estudiantes, el mejor medio por el cual se les puede contactar es el correo electrónico y por la red social Instagram.

El 97 % de las personas estudiantes encuestadas mencionan que los impactos consultados son importantes y/o muy importantes para agregar en la Estrategia de Sostenibilidad, mientras que una persona indicó nada importante los impactos “generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores y/o actores de la sociedad”, “adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio” y la “promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva y respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación”.

Temas de impacto prioritarios

Al analizar todos los resultados obtenidos de la consulta a las partes interesadas se obtienen los 26 temas de impacto resumidos en el Cuadro 9, los cuales serán utilizados para llevar a cabo el análisis de materialidad.

Cuadro 9. Temas de impacto finales a someter a análisis de materialidad

Eje ASG	Tema de impacto
Social	Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas
Social	Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación
Social Gobernanza	Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER
Ambiental	Operación ecoeficiente
Social	Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas
Social	Capacitación y formación de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas
Social	Atracción y retención del talento de personas colaboradoras / Atracción de más personas colegiadas en el COLPER
Gobernanza	Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio
Social	Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores, actores de la sociedad, así como en la finca recreativa
Social	Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas y colaboradoras (bienestar integral)
Social	Apoyo a la búsqueda y generación de empleo

Eje ASG	Tema de impacto
Gobernanza	La comunicación e información brindada por el COLPER demuestra transparencia
Social	Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva
Social	Facilitar a las personas colegiadas las condiciones para acceder a innovación y tecnología
Económico	Capacidad de gestión financiera y económica del COLPER
Social	Condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre colaboradores COLPER
Social	Promoción de la Responsabilidad Social en la cadena de valor
Económico	Mejores tarifas para colegiarse
Social	Interseccionalidad y género
Social	Generación de alianzas estratégicas
Social	Sentido de cohesión al colegio
Económico	Mejoras en cargos y pluses salariales
Social	Cumplimiento legal y normativo
Social	Vinculación y acercamiento con universidades
Social	Posicionamiento estratégico del COLPER
Social	Fortalecimiento a medios de comunicación

Nota: Elaboración propia.

Estos temas de impactos son el resultado del *benchmarking*, análisis de estándares internacionales en criterios ASG y consulta a partes interesadas. La definición de cada tema de impacto se presenta en el Anexo 7.

Capítulo V: Análisis de materialidad

En el presente capítulo se muestra el resultado de la implementación de un primer acercamiento del COLPER en temas de materialidad a través de un taller híbrido realizado.

Evaluación de los temas de impacto

En la sesión de trabajo con partes interesadas estratégicas del COLPER, se realizó una división en tres grupos de trabajo, cada uno obtuvo una evaluación propia de los 26 temas de impacto. Sin embargo, como se muestra en el Cuadro 10, si bien la ponderación varía en el valor exacto, los tres grupos coinciden en su mayoría en que los temas son materiales. Es importante mencionar que en el Cuadro 10 se presentan 29 temas de impacto, pues un grupo solicitó que se segregaran para personas agremiadas y colaboradoras los temas:

- Capacitación y formación de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas
- Atracción y retención del talento de personas colaboradoras / Atracción de más personas colegiadas en el COLPER
- Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas y colaboradoras (bienestar integral)

Adicionalmente, se aclara que por efectos de tiempo el Grupo 3 no pudo completar la evaluación de todos los temas, indicándose “ND” en el Cuadro 10, lo cual significa que dicha evaluación no está disponible, por lo tanto, la ponderación final en esos casos se realizó únicamente con lo indicado por parte de los grupos uno y dos.

Cuadro 10. Resultado análisis de materialidad por grupos de trabajo.

Impacto		Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Final
1	Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva	85 %	89 %	89 %	88 %
2	Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	74 %	78 %	78 %	77 %
3	Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas	85 %	89 %	78 %	84 %
4	Interseccionalidad y género	63 %	74 %	93 %	77 %
5	Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	85 %	78 %	100 %	88 %

Impacto		Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Final
6	Capacidad de gestión financiera y económica del COLPER	93 %	100 %	56 %	83 %
7	Mejores tarifas para colegiarse	63 %	81 %	ND	72 %
8	Cumplimiento legal y normativo	96 %	96 %	ND	96 %
9	La comunicación e información brindada por el COLPER demuestra transparencia	74 %	93 %	67 %	78 %
10	Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio	74 %	89 %	89 %	84 %
11	Capacitación y formación de personas agremiadas	89 %	67 %	89 %	81 %
12	Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas (bienestar integral)	74 %	78 %	63 %	72 %
13	Atracción y retención de más personas colegiadas en el COLPER	74 %	81 %	89 %	81 %
14	Apoyo a la búsqueda y generación de empleo	81 %	59 %	100 %	80 %
15	Facilitar a las personas colegiadas las condiciones para acceder a innovación y tecnología	67 %	48 %	100 %	72 %
16	Sentido de cohesión al colegio	59 %	67 %	ND	63 %
17	Capacitación y formación de colaboradores	89 %	67 %	89 %	81 %
18	Protección y promoción de la salud y seguridad de personas colaboradoras (bienestar integral)	74 %	78 %	63 %	72 %
19	Retención del talento de personas colaboradoras	74 %	81 %	89 %	81 %
20	Condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre colaboradores COLPER	85 %	81 %	ND	83 %
21	Mejoras en cargos y pluses salariales	85 %	67 %	ND	76 %
22	Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores, actores de la sociedad, así como en la finca recreativa	67 %	67 %	89 %	74 %
23	Generación de alianzas estratégicas	74 %	89 %	ND	81 %
24	Vinculación y acercamiento con universidades	85 %	78 %	ND	81 %
25	Posicionamiento estratégico del COLPER	81 %	89 %	ND	85 %
26	Fortalecimiento a medios de comunicación	96 %	100 %	ND	98 %
27	Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	100 %	96 %	100 %	99 %
28	Promoción de la Responsabilidad Social en la cadena de valor	74 %	89 %	ND	81 %
29	Operación ecoeficiente	56 %	74 %	74 %	68 %

Nota: Elaboración propia a través de los resultados de los grupos de trabajo en el taller híbrido.

El único tema considerado como no material por los tres grupos de trabajo fue “operación ecoeficiente”. Si bien dentro del Plan Estratégico de la Junta Directiva actual uno de los proyectos presentados fue el de obtener el galardón de Bandera Azul y con ello mejorar la gestión ambiental del Colegio, al momento de realizar el análisis, no se considera este como un tema de impacto prioritario. Además, los grupos uno y dos determinaron que el tema “sentido de cohesión al colegio” tampoco es material, el grupo tres por temas de tiempo no pudo evaluarlo.

Si bien el tema “Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas” es calificado como material, incluso con la ponderación más alta de todos los temas (99 %), de forma unánime deciden no considerarlo dentro de la Estrategia de Sostenibilidad, pues, analizando la situación económica y financiera del Colegio, así como los planes definidos por la actual Junta Directiva y administración, no es viable su inclusión. Durante el taller, se recomienda al personal del Colegio agregarlo por el nivel de afectación en imagen y reputación que podría tener si no hay una adecuada de la gestión de los datos de las personas agremiadas, sin embargo, la organización insiste en excluirlo de la Estrategia. Por lo que se indica que será necesario tomar en cuenta dicho tema material en el siguiente periodo de revisión de la Estrategia.

Dentro de los temas con mayor puntaje final se citan fortalecimiento a medios de comunicación (98 %), cumplimiento normativo (96 %), promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva, así como ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER (ambos con 88 %).

Por el contrario, aquellos temas que, si bien son considerados materiales pero con una ponderación menor, se citan mejores tarifas para colegiarse, protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas y colaboradoras (bienestar integral), facilitar a las personas colegiadas las condiciones para acceder a innovación y tecnología (las tres con 72 %); generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores, actores de la sociedad, así como en la finca recreativa (74 %) y, finalmente, mejoras en cargos y pluses

salariales (76 %). Es importante recordar que un tema era considerado material cuando la ponderación de este superaba el 67 %.

Agrupación de temas materiales

Al tener 27 temas materiales, se decide agruparlos en temas más generales, los cuales son mostrados en el Cuadro 11. Esta metodología, permitió reducir los temas de impacto evaluados a diez y, los temas materiales a considerar en la Estrategia a tan solo ocho:

1. Derechos de información y de la comunicación
2. Derechos Humanos
3. Desarrollo institucional
4. Gobernanza: planteamiento estratégico, política y visión a largo plazo
5. Bienestar y dignificación profesional de la persona colegiada
6. Mejoramiento de públicos internos
7. Vinculación externa
8. Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas

Cuadro 11. Agrupación de temas materiales según similitud.

Impacto		Observaciones y agrupación	#
1	Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva	Tema crítico, se considera debe reflejarse como un eje estratégico: Derechos de información y de la comunicación	1
2	Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	Agrupados como Derechos Humanos	2
3	Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas		
4	Interseccionalidad y género		
5	Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	Agrupados como Desarrollo institucional	3
6	Capacidad de gestión financiera y económica del COLPER		
7	Mejores tarifas para colegiarse		
8	Cumplimiento legal y normativo		
9	La comunicación e información brindada por el COLPER demuestra transparencia		
10	Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio	Gobernanza: planteamiento estratégico, política y visión a largo plazo	4

Impacto		Observaciones y agrupación	#
11	Capacitación y formación de personas agremiadas	Agrupados como Bienestar y dignificación profesional de la persona colegiada	5
12	Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas (bienestar integral)		
13	Atracción y retención de más personas colegiadas en el COLPER		
14	Apoyo a la búsqueda y generación de empleo		
15	Facilitar a las personas colegiadas las condiciones para acceder a innovación y tecnología		
16	Sentido de cohesión al colegio	Tema evaluado como no material	6
17	Capacitación y formación de colaboradores	Agrupado como Mejoramiento de públicos internos	7
18	Protección y promoción de la salud y seguridad de personas colaboradoras (bienestar integral)		
19	Retención del talento de personas colaboradoras		
20	Condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre colaboradores COLPER		
21	Mejoras en cargos y pluses salariales		
22	Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores, actores de la sociedad, así como en la finca recreativa	Agrupados como Vinculación externa	8
23	Generación de alianzas estratégicas		
24	Vinculación y acercamiento con universidades		
25	Posicionamiento estratégico del COLPER		
26	Promoción de la Responsabilidad Social en la cadena de valor		
27	Fortalecimiento a medios de comunicación		
28	Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	Tema material pero no incluido en estrategia	9
29	Operación ecoeficiente	Tema no material	10

Nota: Elaboración propia a través de los resultados de los grupos de trabajo en el taller híbrido.

Se realizaron algunas modificaciones a los temas definidos como materiales, considerando el criterio profesional y toda la información previamente analizada. El tema de impacto “Sentido de cohesión al colegio” resultó como tema no material, sin embargo, a raíz de su importancia según los resultados de las encuestas de personas colaboradoras y estudiantes, se decidió incorporar.

Asimismo, el tema “Promoción de la Responsabilidad Social en la cadena de valor”, el cual surgió como tema material, no fue considerado en la definición de los ejes, pues es un tema

que no está incluido ni en el Plan Estratégico ni en el POA del COLPER, además, es necesario que el Colegio se enfoque y visualice sus impactos a nivel interno y partes interesadas priorizadas, se considera que en el estado actual del Colegio, la cadena de valor no es una prioridad para trabajar, los esfuerzos deben ser redireccionados en otros temas más importantes.

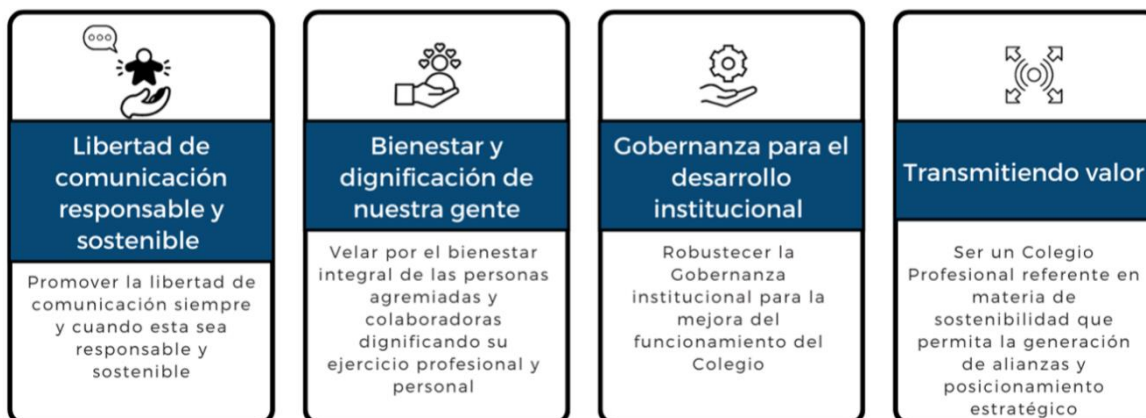
Capítulo VI: Diseño de la Estrategia de Sostenibilidad de COLPER

Al realizar un análisis de los capítulos anteriores, a continuación se muestra el desarrollo de la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER, abordando los ejes de la estrategia con sus respectivos objetivos estratégicos, así como la definición de los proyectos en cada uno de los ejes.

Bases de la estrategia: Ejes y objetivos estratégicos, y definición de proyectos

A partir de los resultados obtenidos en el taller de materialidad, *benchmarking*, análisis de contexto, interés de partes interesadas, así como el Plan Estratégico de la actual Junta Directiva y el Plan Anual Operativo 2024 (PAO), se procedió a establecer los pilares o ejes de la Estrategia de Sostenibilidad, con sus respectivos objetivos. En la Figura 11 se muestran ambos aspectos ya validados por el COLPER.

Figura 11. Ejes y objetivos estratégicos de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER.



Nota: Elaboración propia.

A continuación, se da una breve descripción de lo que incluye cada eje:

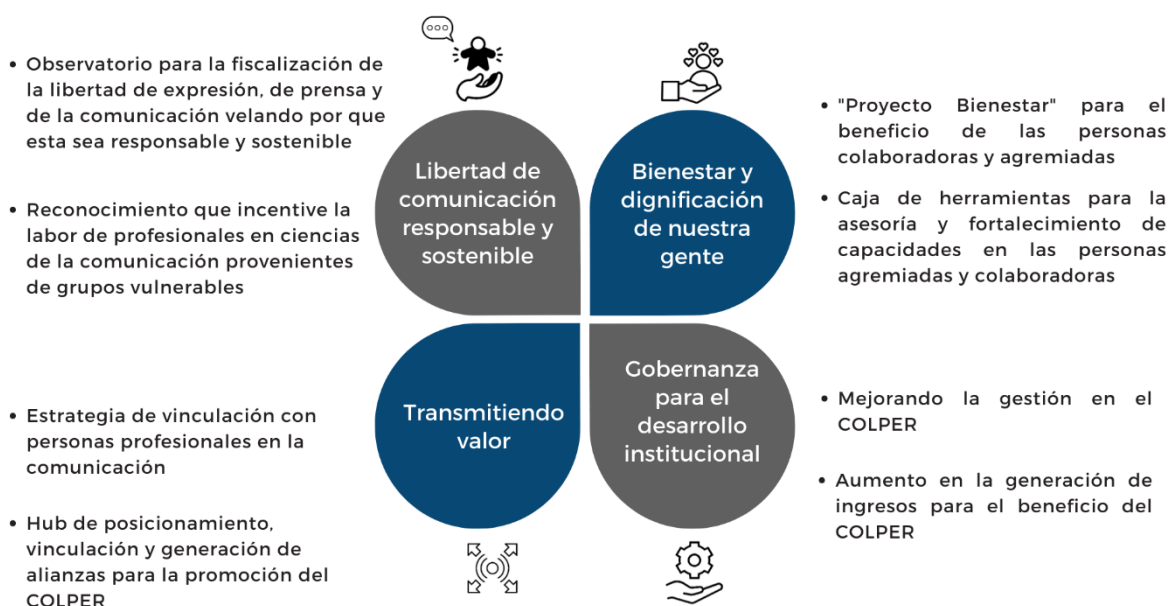
- **Eje 1. Libertad de comunicación responsable y sostenible:** se visualiza el respeto a los derechos humanos, tales como la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva, la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación. Además del acceso a la información, libertad de prensa y fortalecimiento de la democracia mediante el cumplimiento de los derechos humanos de forma responsable y sostenible.

- **Eje 2. Bienestar y dignificación de nuestra gente:** basado en temas materiales para dos públicos de interés de gran relevancia para el Colegio: las personas agremiadas y colaboradoras, por lo tanto, en este eje se busca la protección y promoción de la salud y seguridad de ambos grupos, con un enfoque en bienestar integral. Que existan condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre colaboradores COLPER, que haya retención del talento de personas colaboradoras, mejoras en cargos y pluses salariales, así como adecuados y ágiles procesos de creación y fortalecimiento de capacidades de las personas colegiadas y colaboradoras, apoyo a la búsqueda y generación de empleo de las personas colegiadas, además, toda la facilitación para acceder a innovación y tecnología.
- **Eje 3. Gobernanza para el desarrollo institucional:** incluyen los temas enfocados en dos aristas, la Gobernanza institucional, así como gestión financiera y operativa del Colegio. Se abarcan dentro de este eje los temas de ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER, una transparente comunicación e información, una adecuada capacidad de gestión financiera y económica, cumplimiento legal y normativo de la institución, así como mejores tarifas para colegiarse.
- **Eje 4. Transmitiendo valor:** se consolida la importancia del Colegio como institución nacional, con la visión de ser un referente en temas de sostenibilidad. Considera el fomento a las personas que trabajan en la comunicación en beneficio de la democracia costarricense, como ellas brindan valor en lo que comunican y transmiten. Visualiza la generación de proyectos sostenibles que generen impacto positivo en sus partes interesadas, por ello, dentro del eje se abarcan los temas de vinculación y acercamiento con universidades, sentido de cohesión al colegio, atracción de más personas colegiadas, generación de alianzas estratégicas, generación de proyectos que apoyen a distintos sectores, actores de la sociedad, posicionamiento estratégico del COLPER y fortalecimiento a medios de comunicación, los cuales son los principales empleadores de las personas profesionales en ciencias de la comunicación.

A partir de la identificación y construcción de los ejes de la estrategia, se procedió a estructurar los proyectos a incluir dentro de esta, los cuales se presentan en la Figura 12.

Para cada uno de los proyectos se definió un alcance, vinculación con los ODS, actividades, indicadores, metas, responsables y recursos. El plan de acción fue presentado al COLPER en formato Excel para facilitar su análisis y uso. El plazo de implementación de la Estrategia se visualiza para cinco años, del 2024 al 2028, considerando un año de gestión de la Junta Directiva actual, así como dos Juntas Directivas posteriores (2025-2026 y 2027-2028).

Figura 12. Proyectos propuestos por cada eje de la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER



Nota: Elaboración propia.

Planes de acción de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER 2024-2028

Como se mencionó anteriormente, la definición de los proyectos y sus actividades consideró en gran medida lo propuesto en el PAO 2024, así como el Plan Estratégico 2023-2024, sin embargo, algunas de las actividades no se relacionan con estos y son propuestas nuevas. Se debe recordar que, para poder implementar la Estrategia de Sostenibilidad a largo plazo, esta debe ser aprobada por la Asamblea General, por lo tanto, es importante que existan acciones que nazcan tanto de la Junta Directiva actual, pero que den cierto grado de libertad a futuras Juntas Directivas para generar su propia forma de trabajo.

En el Anexo 8, se presenta una visualización parcial de cómo se ve el documento en Excel entregado al COLPER. Debido al formato, no es posible incluir la totalidad del documento,

por lo tanto, seguidamente se presenta el detalle de cada uno de los planes de acción según los cuatro ejes propuestos.

Cuadro 12. Desglose del plan de acción para Eje 1: Libertad de comunicación responsable y sostenible.

Eje 1: Libertad de comunicación responsable y sostenible							
Proyecto 1.1: Observatorio para la fiscalización de la libertad de expresión, de prensa y de la comunicación velando por que esta sea responsable y sostenible							
ACTIVIDAD	INDICADORES	LÍNEA BASE	META	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS	PRESUPUESTO (€/año)
Gestionar el papel de una persona encargada del monitoreo, sistematización y respuesta de las comunicaciones relacionadas a la libertad de expresión, de prensa y de las personas comunicadoras	Existencia de un puesto para el monitoreo, sistematización y respuesta	No existe observatorio	Un observatorio implementado para la fiscalización de la libertad de expresión, de prensa y de la comunicación	Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Marzo 2024	Recursos financieros: 1/4 tiempo de persona a la semana	€ 9 568 000 (salario anual) € 130 000 (refrigerio actividad)
Desarrollar un procedimiento para la fiscalización de la libertad de expresión, de prensa y comunicación respaldado por el código de ética de la institución	Un procedimiento desarrollado para la fiscalización	No existe procedimiento		Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Marzo 2024		
Implementar el procedimiento realizado	Número de pronunciamientos, comunicaciones y otras gestiones realizadas en pro al cumplimiento del procedimiento	33 pronunciamientos	Un procedimiento implementado.	Rol de monitoreo Junta Directiva	Abril 2024 a diciembre 2028		
Generar espacios de diálogo, discusión e intercambio entre diferentes partes interesadas en pro al respeto de los derechos humanos, tales como la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva, la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	Número de actividades realizadas para generar espacios de dialogo, discusión e intercambio	No hay reportados ni sistematizados espacios	Al menos dos espacios de dialogo, discusión e intercambio al año	Rol de monitoreo Junta Directiva Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Abril 2024 a diciembre 2028		
Proyecto 1.2: Reconocimiento que incentive la labor de profesionales en ciencias de la comunicación provenientes de grupos vulnerables							
Creación de una categoría con su respectivo reglamento en los Premios de la Comunicación COLPER, en donde se visualice la comunicación responsable y sostenible realizada por personas pertenecientes a grupos vulnerables	Categoría y reglamento creado en los Premios de la comunicación COLPER	Existen Premios de la Comunicación con 9 categorías, pero esta nueva categoría no existe	Entrega de un reconocimiento anual a una persona comunicadora perteneciente a algún grupo vulnerable	Junta Directiva Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Enero 2024 a diciembre 2028	No aplica	Personal existente
Implementar el reconocimiento cada año	Reconocimiento entregado					No aplica	Personal existente

Nota: Elaboración propia.

El Eje 1 contiene dos proyectos. El primero propone la creación de un observatorio que permita fiscalizar las comunicaciones a nivel nacional y, en caso de ser relevante, a nivel internacional. Si bien actualmente desde el COLPER se realizan pronunciamientos sobre comunicaciones realizadas por organizaciones, así como acciones que atenten contra la libertad de expresión y comunicación, no existe un observatorio como tal. Debido a que no hay una persona exclusiva encargada de esta función, se propone la gestión de un cuarto de tiempo de una persona, la cual, además de fiscalizar los comunicados, debe entregar la información procesada a la Junta Directiva para su pronunciamiento. Para que el observatorio funcione de forma estructurada, se propone la creación de un procedimiento que indique no solo los pasos por seguir, sino también, los responsables de ejecutar cada acción.

Como complemento al observatorio, se propone la ejecución de espacios de diálogo, e intercambio entre diferentes partes interesadas de la sociedad (agremiados, empleadores, medios de comunicación, Junta Directiva, representantes del Estado, entre otros), de manera que se promueva el discutir sobre respeto de los derechos humanos, considerando principalmente la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva, la diversidad e igualdad de género.

El segundo gran proyecto de este eje consiste en la creación de una nueva categoría de los Premios de la Comunicación, los cuales se entregan anualmente por parte de COLPER. En el 2023 se llevaron a cabo, reconociendo la calidad y el esfuerzo de las personas profesionales en comunicación en nueve categorías distintas: diseño, publicidad, periodismo, fotoperiodismo, medio alternativo, relaciones públicas, producción audiovisual, producción radiofónica, estudiante universitario. La propuesta planteada en la estrategia consiste en la creación de una categoría que visualice la comunicación (de cualquier tipo según categorías existentes) realizada por personas pertenecientes a grupos vulnerables (jóvenes, adultas mayores, provenientes de pueblos originarios; afrodescendientes, con discapacidad, migrantes, de la comunidad LGBTIQ+ o mujeres), agremiados al COLPER. Se debe desarrollar un reglamento similar al de las demás categorías, así como gestionar la comunicación de postulación y entrega del reconocimiento de manera conjunta con los demás premios de las otras categorías. Se considera que este proyecto puede ejecutarse con los recursos ya existentes en el COLPER.

Cuadro 13. Desglose del plan de acción para Eje 2: Bienestar y dignificación de nuestra gente

Eje 2: Bienestar y dignificación de nuestra gente							
Proyecto 2.1: "Proyecto Bienestar" para el beneficio de las personas agremiadas y colaboradoras							
ACTIVIDAD	INDICADORES	LÍNEA BASE	META	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS	PRESUPUESTO (€/año)
Dar continuidad al plan de acción del "Proyecto Bienestar" propuesto por la Junta Directiva 2023-2024	Cantidad de intervenciones/acciones realizadas Cantidad de personas beneficiadas directamente	Se atendieron 31 personas en consulta de enfermería, 35 en nutrición y 34 en la jornada de salud femenina.	Un plan de acción creado del "Proyecto Bienestar" para el 2025-2026 y 2027-2028 100 % de los tres planes de acción del "Proyecto Bienestar" implementados exitosamente	Comisión de Sostenibilidad 2023-2024 Junta Directiva 2023-2024	Enero a diciembre 2024	Recurso humano profesional médico	€ 1.000.000 (valor de referencia del COLPER)
Actualizar el "Proyecto Bienestar" en las Juntas Directivas futuras abordando temas de bienestar integral, relaciones y condiciones laborales tanto para personas colaboradoras como agremiadas	Plan de acción del programa con vigencia de dos años	Proyecto Bienestar 2023-2024		Junta Directiva futuras	Enero 2025 Enero 2027	Recurso humano profesional médico	€ 2.000.000 (valor de referencia del COLPER)
Ejecutar el "Proyecto Bienestar" en las juntas directivas futuras	Cantidad de intervenciones realizadas Cantidad de personas beneficiadas directamente	Resultado de "Proyecto Bienestar" 2023-2024		Junta Directiva futuras Comisiones de Sostenibilidad futuras	Enero 2025- diciembre 2028	Recurso humano profesional médico	
Evaluar de forma anual el "Proyecto Bienestar" la mejora continua y aumento en la satisfacción de las personas beneficiadas	Informe de evaluación del "Proyecto Bienestar"	No existe informe al 2023		Comisión de Sostenibilidad 2023-2024 Comisiones de Sostenibilidad futuras	Diciembres: 2024 2026 2028	No aplica	No aplica
Proyecto 2.2: Caja de herramientas para la asesoría y fortalecimiento de capacidades en las personas agremiadas y colaboradoras							
Identificar y priorizar las necesidades en formación y capacitación de las personas agremiadas y colaboradoras anualmente	Informe de necesidades en formación y capacitación priorizadas	Se realiza un informe de satisfacción de capacitaciones brindada	Un programa anual ejecutado para personas colaboradoras y agremiadas	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Marzo 2024	Recurso humano	No aplica

ACTIVIDAD	INDICADORES	LÍNEA BASE	META	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS	PRESUPUESTO (€/año)
Diseño e implementación de un esquema anual de formación y capacitación de calidad para las personas agremiadas y colaboradoras (incluyendo temas de sostenibilidad, comunicación sostenible, derechos humanos, tecnologías, innovación, emprendimiento, tendencias, finanzas, entre otros)	Catálogo del esquema anual de formación y capacitación Número de actividades de formación y capacitación ejecutadas al año Número de personas agremiadas y colaboradoras capacitadas al año	No existe un catálogo No hay contabilidad de las actividades de capacitación o formación al año No hay contabilidad de la cantidad de personas agremiadas y colaboradoras capacitadas o formadas en el 2023	Aumentar un 5% la participación de las personas capacitadas y/o formadas en el programa anual durante el 2024 Aumentar después del 2024, un 3 % la participación de las personas capacitadas y/o formadas en el programa anual	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional Dirección Ejecutiva	Enero 2024 a diciembre 2028	Recurso humano institucional para coordinar Recurso humano contratado para capacitar Alimentación Certificados	€ 6.000.000 (valor de referencia del COLPER)
Identificar y generar alianzas con instituciones educativas, sector privado y organizaciones internacionales para enriquecer la oferta educativa mediante cursos, charlas, talleres, entre otros.	Lista de organizaciones identificadas Número de alianzas anuales generadas que enriquecen la oferta educativa	Se firmaron 13 convenios con diferentes instituciones.	Dos alianzas nuevas por año con organizaciones internacionales o nacionales	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Enero 2024 a diciembre 2028	Recurso humano	No aplica
Mantener actualizada y en funcionamiento la Bolsa de Empleo existente en el COLPER	Bolsa de Empleo actualizada y en funcionamiento	Bolsa de Empleo se encuentra en funcionamiento en el 2023	Al menos dos espacios de <i>networking</i> realizado al año	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Enero 2024 a diciembre 2028	Recurso humano	No aplica
Desarrollar espacios, mesas de negocio, talleres, sesiones entre profesionales de la comunicación para fomentar las relaciones de negocio (<i>networking</i>) y la generación de empleo	Número de espacios anuales realizados para fomentar las relaciones de negocio y generación de empleo	1 espacio: Semana de la comunicación		Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Enero 2024 a diciembre 2028	Recurso humano Alimentación	€160 000,00 (Refrigerios)
Identificar y priorizar cuáles equipos/software tecnológicos para la comunicación deben ser actualizados o sustituidos con el fin de ponerlo a disposición de las personas colegiadas	La lista de equipos/software identificados y priorizados para actualización o sustitución	Existe lista pero sin presupuesto	Un equipo/software actualizado-adquirido al año	Jefatura de Dpto. Tecnologías de Información	Marzo 2024-2025-2026-2027-2028	Recurso humano	No aplica
Realizar el cambio paulatino de los equipos/software identificados para mejora y/o sustitución	Número de equipos/software actualizados y/o sustituidos al año	3 sustituciones de computadoras en el 2023		Jefatura de Dpto. Tecnologías de Información	Junio 2024 a diciembre 2028	Recurso económico	1.500.000 (valor de referencia del COLPER)

Nota: Elaboración propia.

El Eje 2 de la estrategia se enfoca en el bienestar de las principales partes interesadas del COLPER: personas colaboradoras y agremiadas. La Junta Directiva actual presentó como parte de su Plan Estratégico 2023-2024 el “Proyecto Bienestar” cuyo objetivo, como su nombre lo indica, es ofrecer herramientas que ayuden a que las personas colegiadas a mejorar y cuidar su salud desde un punto de vista integral. Este proyecto tiene como alcance únicamente a las personas agremiadas, sin embargo, como parte de la estrategia, se propone ampliarlo, de manera que se incluyan a las personas colaboradoras también. Como actividad del 2024, se define el dar continuidad al proyecto existente. De manera estratégica se contempla que, en cada una de las Juntas Directivas siguientes, se deba dar continuidad y actualizar este proyecto, no necesariamente con el abordaje actual, pero sí buscando gestionar acciones que aporten al bienestar de estos *stakeholders*. Se define, además, que los responsables de velar por el cumplimiento de este son las personas miembros de la Comisión de Sostenibilidad, lo que implica que en las Juntas Directivas 2025-2026 y 2027-2028 se debe definir quiénes integrarán esta comisión.

El Proyecto 2.2 “Caja de herramientas para la asesoría y fortalecimiento de capacidades en las personas agremiadas y colaboradoras” contempla dentro de la “caja de herramientas”: capacitación y formación según priorización de necesidades identificadas, continuidad a la Bolsa de Empleo ya existente, generación de espacios de *networking* (mesas de negocio, talleres, sesiones entre profesionales de la comunicación), así como la actualización de equipos y softwares requeridos tanto por quienes laboran en el Colegio, como por agremiados para su ejercicio profesional.

Este proyecto es el que más actividades contiene, pues aborda una de las principales razones de ser de COLPER, es decir, el brindar herramientas principalmente a quienes están colegiados, para que ejerzan su profesión de manera digna y buscando el crecimiento económico y personal.

Se considera importante que el alcance se amplíe a personas colaboradoras, sobre todo en la formación y capacitación, visualizándolo como una herramienta que permitirá el bienestar personal y crecimiento profesional, repercutiendo en un mejor funcionamiento del Colegio.

Cuadro 14. Desglose del plan de acción para Eje 3: Gobernanza para el desarrollo institucional.

Eje 3: Gobernanza para el desarrollo institucional							
Proyecto 3.1: Mejorando la gestión en el COLPER							
ACTIVIDAD	INDICADORES	LÍNEA BASE	META	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS	PRESUPUESTO (€/año)
Ejecutar acciones que fortalezcan la cultura organizacional de manera holística Junta Directiva-Administración (<i>team building</i> , funciones claras, capacidad organizacional, entre otros)	Cronograma de acciones a realizar cada año Número de acciones realizadas al año	Sin acciones en el 2023.	Cumplimiento de tiempos de respuesta a solicitudes de cliente interno según reglamento institucional Al menos dos acciones ejecutadas al año para fortalecimiento de cultura organizacional	Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Enero 2024 a diciembre 2028	Recurso humano	No aplica
Desarrollar y divulgar un informe de labores anual del COLPER que demuestre la transparencia y el compromiso con la ética, sostenibilidad, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos brindados	Informe de labores publicado al año	Informe de labores únicamente de Junta Directiva cada dos años.	Informe de labores publicado y divulgado anualmente	Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Diciembre 2024 Enero 2026 Enero 2027 Diciembre 2028	Recurso humano	No aplica
Proyecto 3.2: Aumento en la generación de ingresos para el beneficio del COLPER							
Optimización y readecuación del sistema contable en el SIBU ERP para disminuir la dependencia de movimientos manuales	Sistema SIBU ERP implementado, con inclusión de normas internacionales de información financiera	Sistema SIBU ERP implementado	Estados financieros reportados oportunamente	Jefatura Dpto. Financiero Contable	Diciembre 2024	Recurso Humano Recurso Económico	17.000.000 (costo del SIBU anual)
Desarrollar una propuesta de generación de ingresos a partir de los activos de la institución (préstamo de equipo, instalaciones, finca, entre otros)	Propuesta aprobada por la asamblea	No existe propuesta documentada, solo alquiler de algunos espacios	Aumento de un 2 % anual de los ingresos debido a la propuesta aprobada	Jefatura Dpto. Financiero Contable	Julio 2024	Recurso Humano	No aplica
Implementar la propuesta de generación de ingresos a partir de los activos de la institución (préstamo de equipo, instalaciones, finca, entre otros)	Cantidad de ingresos aumentados al año.			Jefatura Dpto. Financiero Contable	Agosto 2024 a diciembre 2028	Recurso Humano	No aplica
Fortalecer el plan de cobranza mediante un abanico de medios de cobro incorporando aparte de los canales tradicionales nueva tecnología,	Cantidad de canales usados activamente para	No existe uso de SINPE Móvil para pagos ni WhatsApp	Uso de SINPE Móvil para cobro Uso eficiente de	Jefatura Dpto. Financiero Contable	Julio 2024 a diciembre 2028	Recurso Humano	No aplica

ACTIVIDAD	INDICADORES	LÍNEA BASE	META	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS	PRESUPUESTO (€/año)
como las transferencias a SINPE Móvil, plataforma propia, WhatsApp, llamadas y correos electrónicos (tanto para cobro de timbres y cuotas)	el cobro y su comunicación.	para comunicar sobre cobros	WhatsApp, llamadas y correos electrónicos para cobro				

Nota: Elaboración propia.

Cuadro 15. Desglose del plan de acción para Eje 4: Transmitiendo valor

Eje 4. Transmitiendo valor							
Proyecto 4.1: Estrategia de vinculación con personas profesionales en la comunicación							
ACTIVIDAD	INDICADORES	LÍNEA BASE	META	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS	PRESUPUESTO (€/año)
Organizar eventos y actividades para los colegiados y estudiantes, tomando en consideración temas de actualidad con enfoque en sostenibilidad para cada carrera, de manera que se fomente la camaradería y el intercambio profesional (foros de discusión, grupos de trabajo y mesas de diálogo con profesionales en comunicación de renombre)	Cantidad de actividades realizadas Cantidad de personas colegiadas asistentes por carrera Cantidad de personas estudiantes asistentes	No se han realizado eventos para estudiantes en el 2023	Al menos un espacio de intercambio realizado al año Al menos 20 personas por carrera participan Al menos 20 estudiantes participan	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Julio 2024 a julio 2028	Recurso Humano Alimentación	€512 000,00 (refrigerios de actividades)
Ejecutar anualmente una campaña de comunicación para personas colegiadas, comunicadoras no colegiadas y estudiantes de comunicación, para dar a conocer los beneficios de ser miembro del COLPER	Campaña de comunicación documentada Cantidad de comunicados emitidos	No hay porcentaje de interacción 33 comunicados realizados	Una campaña de comunicación planificada y ejecutada al año 4 % más de interacción en el 2024 2 % más de interacción de 2025 al 2028	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional Junta Directiva	Enero 2024 a diciembre 2028	Recurso Humano	No aplica
Desarrollar métricas para medir y darle seguimiento a las campañas de comunicación	Existencia de un documento que defina las métricas	No existen métricas	Un documento existente que defina las métricas para medir avances en comunicación	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional Junta Directiva	Enero 2024 a julio 2024	Recurso Humano	No aplica
Identificar y participar en eventos universitarios sobre comunicación para la promoción del quehacer del colegio y su apoyo al gremio	Lista de eventos identificados Cantidad de eventos a los cuales se asiste	No hay eventos realizados	Asistir al menos a un evento por universidad con carrera de comunicación al año	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional Junta Directiva	Enero 2024 a diciembre 2028	Recurso Humano	No aplica
Realizar encuestas de satisfacción periódicas para evaluar la satisfacción de la persona colegiada	Informe con el procesamiento de las encuestas aplicadas	Hay una encuesta de satisfacción al año	Una encuesta ejecutada al año y una encuesta ejecutada posterior a cada evento	Jefatura de Dpto. Proyección Institucional Junta Directiva	Julio 2024 a diciembre julio 2028	Recurso Humano	No aplica

ACTIVIDAD	INDICADORES	LÍNEA BASE	META	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS	PRESUPUESTO (€/año)
Proyecto 4.2: Hub de posicionamiento, vinculación y generación de alianzas para la promoción del COLPER							
Gestionar el papel de una persona encargada del Hub de posicionamiento, vinculación y generación de alianzas para la promoción del COLPER que funcione como centro de pensamiento permanente y de innovación en temas de sostenibilidad	Existencia de un puesto para el Hub	No existe Hub	Primer Hub de posicionamiento, vinculación y generación de alianzas de un Colegio Profesional Al menos 2 actividades realizadas al año en pro al Hub	Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Julio 2024	Recursos financieros: 1/4 tiempo de persona a la semana	€ 9 568 000 (salario anual) € 130 000 (refrigerio actividad)
Desarrollar un procedimiento para el funcionamiento del Hub y su evaluación	Un procedimiento desarrollado para el Hub	No existe procedimiento		Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Marzo 2024		
Implementar el procedimiento realizado	Número de actividades, sesiones, <i>hackatones</i> , charlas, reuniones, talleres y otras gestiones realizadas en pro al cumplimiento del procedimiento al año	Sin existencia de actividades		Rol del Hub Junta Directiva	Agosto 2024 a diciembre 2028		
Identificar y establecer canales de comunicación directa con los principales medios de comunicación del país y aumentar la lista de medios acreditados por Sello de Garantía	Número de canales establecidos Número de medios de comunicación acreditados en el Sello de Garantía al año	Cero canales realizados 22 medios acreditados por el Sello de Garantía	Al menos un medio de comunicación nuevo al año acreditado por el Sello de Garantía	Junta Directiva Comisión Sello de Garantía	Marzo 2024 a diciembre 2028	Recurso Humano	No aplica
Identificar y generar alianzas con instituciones públicas, sector privado y organizaciones nacionales para enriquecer la oferta de servicios a las personas agremiadas, posicionar como aliado estratégico y vincular al COLPER como actor clave de la ciudadanía costarricense	Lista de posibles alianzas Número de alianzas realizadas oficiales al año	No hay lista de posibles alianzas 13 alianzas realizadas.	Al menos 2 alianzas al año oficializadas.	Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Marzo 2024 a diciembre 2028	Recurso Humano	No aplica

Nota: Elaboración propia.

En el Eje 3: “Gobernanza para el desarrollo institucional” se busca fortalecer la Gobernanza, la gestión financiera y operativa del Colegio, por ello se definieron dos proyectos el 3.1 “Mejorando la gestión en el COLPER” que permitirá ejecutar acciones que fortalezcan la cultura organizacional entre las Junta Directivas-Administración, fortalecer las relaciones personales y profesionales entre las personas colaboradoras de la administración y los miembros de la Junta, algunos ejemplos propuestos como acciones son *team building*, talleres de funciones, de capacidad organizacional, entre otros; este mismo proyecto busca desarrollar y divulgar un informe de labores anual del COLPER que demuestre la transparencia y el compromiso con la ética, sostenibilidad y calidad de los servicios. Este último, busca evolucionar a un informe de sostenibilidad desde el COLPER, el cual actualmente no existe. En este proyecto solo se debe invertir recurso humano para la ejecución de las acciones. Ver más detalle en el Cuadro 14.

Para el Proyecto 3.2: “Aumento en la generación de ingresos para el beneficio del COLPER”, se tiene definido trabajar en varias acciones para fortalecer el eje económico del Colegio, con ello tener un aumento en los ingresos que reciben y hacer más eficientes los procesos que ejecutan, primeramente, se recomienda hacer una optimización y readecuación del sistema contable en el SIBU ERP para disminuir la dependencia de movimientos financieros manuales. Además, se buscará desarrollar e implementar una propuesta de generación de ingresos a partir de los activos y servicios de la institución, por ejemplo, el préstamo de equipo, instalaciones, finca, entre otros; que el COLPER pueda tener utilidades de sus bienes. Se plantea fortalecer el plan de cobranza mediante un abanico de medios de cobro incorporando aparte de los canales tradicionales nueva tecnología, como las transferencias a SINPE Móvil, plataforma propia, WhatsApp, llamadas y correos electrónicos (tanto para cobro de timbres como de cuotas de agremiados). Se busca que estas acciones se ejecuten iniciando en el mes de Julio del 2024 y terminando en diciembre del 2028 (en el caso del Sistema SIBU para diciembre 2024).

El Eje 4: “Transmitiendo valor” tiene como objetivo hacer del COLPER un “Colegio Profesional referente en materia de sostenibilidad que permita la generación de alianzas y posicionamiento estratégico”. Consiste en dos proyectos, siendo el 4.1 “Estrategia de vinculación con personas profesionales en la comunicación”. Considera a tres partes

interesadas: actuales agremiados, personas comunicadoras no pertenecientes al COLPER, así como estudiantes de carreras de ciencias de la comunicación, futuros agremiados. Las actividades propuestas se visualizan en cuatro líneas de acción.

1. Al menos un evento al año exclusivo para para los colegiados y estudiantes, con actividades atractivas para cada carrera, tomando en consideración temas de actualidad con enfoque en sostenibilidad, los eventos pueden ser foros de discusión, grupos de trabajo y mesas de diálogo con profesionales en comunicación de renombre, entre otros
2. Ejecución de campañas de comunicación con sus métricas claramente definidas. El alcance de estas contempla agremiados y estudiantes de la comunicación, pero también, personas comunicadoras no agremiadas, esto con el objetivo de visualizar al COLPER, sus beneficios y la importancia de pertenecer a este.
3. Participación en eventos universitarios de forma que el Colegio se dé a conocer desde que las personas estudiantes de carreras de comunicación se encuentran en la Universidad, al igual que el punto anterior, la idea es dar a conocer qué es el COLPER y que comprendan la importancia de colegiarse.
4. Encuestas de satisfacción, no solo de forma anual, que es como se hace actualmente, sino como un hábito que se debe implementar posterior a actividades de capacitación y eventos diversos, a fin de contar con insumos no solo para la mejora en la gestión a nivel macro, sino también de cada actividad

En el Proyecto 4.2. *Hub* de posicionamiento, vinculación y generación de alianzas para la promoción del COLPER, se fomentará al Colegio como ente de innovación, posicionamiento y actor clave a nivel nacional e internacional en temas de sostenibilidad, tal como se muestra en el Cuadro 15, se buscará desarrollar un centro de pensamiento permanente y de innovación en temas de sostenibilidad para el posicionamiento, vinculación y generación de alianzas para la promoción del COLPER. Además, se fomentará la identificación y establecimiento de canales de comunicación directa con los principales medios de comunicación del país y con ello, aumentar la lista de medios acreditados por el Sello de Garantía, servicio que ya ofrece el COLPER.







Aunado a lo anterior, el *Hub* buscará identificar y generar alianzas con instituciones públicas, sector privado y organizaciones nacionales para enriquecer la oferta de servicios a las personas agremiadas, posicionar como aliado estratégico y vincular al COLPER como actor clave de la ciudadanía costarricense; esto fomentará la función y reconocimiento del Colegio a nivel nacional.



















Para el funcionamiento del *Hub*, se deberá invertir alrededor de 10 millones de colones al año, esto para el pago de una persona con un cuarto de tiempo. El Colegio podría colocar a una persona ya interna en la implementación del Hub y con ello no sacar presupuesto extra para la posición.

Alineamiento con ODS

El cumplimiento de los ODS no corresponde únicamente a los Estados, por el contrario, el alcanzar las 169 metas de los 17 objetivos requiere un involucramiento mundial: los gobiernos, sector público y privado (sin importar la dimensión de la organización), la sociedad civil y cada una de las personas. Considerando un hito tan relevante como lo es la creación de una estrategia de sostenibilidad, es muy importante que las acciones en ella planteada se alineen a los ODS, que aporten al cumplimiento de estos. En el Cuadro 16 se muestra cada eje estratégico de la Estrategia de Sostenibilidad de COLPER, con sus respectivos proyectos, así como los ODS a los cuales se vincula y las metas específicas.

Cuadro 16. Alineamiento de ejes y proyectos con los ODS y sus metas

Eje	Proyecto	ODS	Metas ODS
Libertad de comunicación responsable y sostenible 	Observatorio para la fiscalización de la libertad de expresión, de prensa y de la comunicación velando por que esta sea responsable y sostenible	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD  16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	4.7 16.10
	Reconocimiento que incentive la labor de profesionales en ciencias de la comunicación provenientes de grupos vulnerable	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD  5 IGUALDAD DE GÉNERO  10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	4.5 5.b 5.c 10.2 10.3

Eje	Proyecto	ODS	Metas ODS
Bienestar y dignificación de nuestra gente 	"Proyecto Bienestar" para el beneficio de las personas colaboradoras y agremiadas	3 SALUD Y BIENESTAR 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO  	3.7 3.8 8.8
	Caja de herramientas para la asesoría y fortalecimiento de capacidades en las personas agremiadas	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA    12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS  	4.3 4.4 4.7 8.2 8.3 8.5 8.6 9.c 12.8 17.17
Gobernanza para el desarrollo institucional 	Mejorando la gestión en el COLPER	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	16.5 16.6 16.7
	Aumento en la generación de ingresos para el beneficio del COLPER	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	17.3
Transmitiendo valor 	Estrategia de vinculación con personas profesionales en la comunicación	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES   	4.4 4.7 8.5 8.6 12.8
	Hub de posicionamiento, vinculación y generación de alianzas para la promoción del COLPER	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS   	12.6 16.7 17.17

Nota: Elaboración propia.

Los ODS no vinculados con acciones de la estrategia son 7: 1 (fin de la pobreza), 2 (hambre cero), 6 (agua y saneamiento), 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 13 (acción por el clima), 14 (vida submarina) y 15 (vida en los ecosistemas). Siendo los dos primeros con un enfoque de salud humanitaria, lejos del quehacer del COLPER y, los cinco restantes de corte ambiental que, si bien el Colegio tiene un impacto en el ambiente, no es tan considerable como el impacto social.

Asimismo, la estrategia se vincula con diez ODS y 25 metas distintas, tal y como se muestra en el Cuadro 16. Siendo mayoritariamente un alcance social, enfocado en el bienestar integral de las personas comunicadoras, colaboradoras y partes interesadas del Colegio. Plasma acciones para un fuerte respaldo a los derechos humanos e igual de grupos vulnerables, tanto desde la actividad propia de la organización como por parte de las personas agremiadas.

Considerando el papel tan relevante que ocupa la comunicación en la sociedad actual, recae en quienes comunican la responsabilidad de hacerlo éticamente y, por ende, en el COLPER el deber de brindarles las herramientas necesarias para lograrlo. Por este motivo, los ODS 4 y 8 son los que más repetidamente se vinculan a proyectos de la estrategia (cinco de los ocho proyectos), pues el COLPER busca aportar de manera positiva en la educación de sus partes interesadas, mejorando las condiciones laborales que les permitan crecer integralmente.

Además, tres de los ocho proyectos se vinculan con el ODS 12: “Producción y consumo sostenible”, esto porque el COLPER al ser un ente activo que puede brindar herramientas a las personas colegiadas para que estos brinden información, es decir, comuniquen; abre puertas para dar a conocer temas pertinentes con el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza, incentivando a más actores de la sociedad a que tomen conciencia y se involucren.

Los ODS 16 y 17 también se presentan en tres de los ocho proyectos. Siendo el ODS 16 (Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas) aquel que más respalda la existencia de personas comunicadoras, pues busca la transparencia en las organizaciones, rendición de cuentas, acceso público a la información, protección de las libertades fundamentales, incluyendo la libertad de expresión. Mientras que el ODS 17 es más específicamente a mejoras tecnológicas y económicas de la organización.

Factores críticos para la implementación de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER 2024-2028

Para una adecuada implementación de la Estrategia de Sostenibilidad, será necesario considerar algunas factores claves y críticos para que su ejecución sea de éxito en el Colegio, tal como se muestra en la siguiente figura:

Figura 13. Factores críticos para la implementación de la Estrategia en el COLPER



Nota: Elaboración propia.

Para el Colegio es necesario implementar una serie de factores para una adecuada ejecución de la Estrategia de Sostenibilidad, a continuación se van explicando los principales puntos para hacer una implementación exitosa como referencia de la figura 13.

Aprobación de la Asamblea General

Para tener una Estrategia de Sostenibilidad exitosa en el tiempo, el COLPER deberá aprobar en la Asamblea General su ejecución, logrando así un aseguramiento del enfoque que podrían tener las Juntas futuras y la ejecución en totalidad de la Estrategia.

Mejor vinculación entre Junta Directiva y Dirección Ejecutiva

Ambas partes son de gran relevancia en la Gobernanza del Colegio, cada una tiene roles y funciones claras y la Dirección Ejecutiva es el motor implementador de las actividades y proyectos que desde la Junta se realicen, por eso es de gran relevancia que exista una comunicación efectiva y fluida entre ambas partes, esto hará que el trabajo sea de forma holística en la implementación de la Estrategia.

Generación de alianzas

Al unirse el Colegio con otras organizaciones de la sociedad civil, sector privado e institucional para el establecimiento y generación de alianzas estratégicas podrá incentivar el cumplimiento de la Estrategia de Sostenibilidad, además, lo posicionará con aliado clave para trabajar en temas de sostenibilidad.

Búsqueda de financiamiento

Algunos de los retos que tiene el Colegio es la falta de presupuesto para trabajar temas en sostenibilidad, por ello, deberán los tomadores de decisión buscar alternativas para obtener fondos económicos y así tener mayor cantidad de acciones en sostenibilidad abordadas. Entre algunas alternativas que el Colegio podría optar es búsqueda de fondos no reembolsables, generación de *grants* con empresas privadas, alquiler de bienes de la institución entre otros.

Cambiando el ADN del Colegio

La institución cuenta con un plan estratégico propuesto por la Junta, un plan operativo anual que con cada Junta Directiva que ingrese estos se ajustan a lo solicitado por la Junta de turno. Por ello, el tener una Estrategia de Sostenibilidad del 2024 al 2028 hará que dos Juntas Directivas a futuro estén alineadas en promover con un enfoque de triple utilidad la toma de decisiones del Colegio.

La Asamblea General deberá aprobar la Estrategia de Sostenibilidad, su diseño e implementación, con ello, podrá considerarse que la Estrategia sea vinculante y de obligación para las Juntas Directivas posteriores.

El tener una Estrategia de Sostenibilidad acorde a la realidad del COLPER y su quehacer institucional hará que poco a poco el ADN de la institución denote la triple utilidad de la Sostenibilidad.

Levantamiento de métricas

Como parte de la operación del COLPER, para fomentar el levantamiento, seguimiento y evaluación de los procesos y servicios que realizan, será necesario dar seguimiento a los indicadores propuestos en la Estrategia, con el fin de tener claro datos que le permita al Colegio obtener una toma de decisión consciente y eficiente a partir de métrica que llevan a lo interno. Si no existen datos que evalúen los procesos y servicios que realizan no hay forma de tomar buenas decisiones.

Comunicación y Gestión del conocimiento

Para fortalecer la comunicación y gestión del conocimiento a lo interno del COLPER será necesario identificar qué factores condicionan el aprendizaje en la institución, qué resultados produjeron dichos aprendizajes, y sistematizar las lecciones aprendidas, hallazgos o retos de implementación de los procesos y servicios de la institución. Además, el COLPER deberá de disponer de canales abiertos para consultas o inquietudes de las diferentes partes interesadas a fin de colaborar con ellos en temas de sostenibilidad y otros.

Posterior, el COLPER deberá de promover una adecuada transferencia y distribución de los productos, resultados y conocimiento generado en materia de sostenibilidad, donde se sea un proceso sistemático e integrador de coordinación con todas las partes y con ello generar una ventaja competitiva y valor agregado en la comunicación que realiza.

Construcción de una política de compromisos

El COLPER deberá crear el compromiso firme como una organización hacia la Responsabilidad Social y la sostenibilidad, implementando la Estrategia de Sostenibilidad, podrá tener parte de ese compromiso, sin embargo, deberá profundizar, apoyar y avanzar en el cumplimiento de los ODS y de los diez principios del Pacto Mundial como institución en pro al desarrollo del país, de sus personas agremiadas y demás partes interesadas.

Empoderamiento en temas de sostenibilidad

Un aspecto relevante en la implementación de la Estrategia será el involucramiento y empoderamiento de las personas colaboradoras del COLPER en temas de sostenibilidad, esto hará que haya mayor conocimiento y habilidades en las personas del Colegio en temas ambientales, sociales y de gobernanza, asegurándose así una adecuada implementación de la Estrategia.

Aunado a lo anterior, la creación de capacidades y formación que brinde el COLPER a personas agremiadas, colaboradoras y/u otras partes de interés deberá de estar asociada a temas de innovación y actuales en materia de sostenibilidad, para así fomentar el papel que tienen estas en temas de sostenibilidad. Además, el hecho que las personas agremiadas tengan conocimientos sólidos y robustos en temas de sostenibilidad hará que puedan ejercer su profesión de forma libre y ética inigualable.

El acercar a más personas colaboradoras y personas de la Junta Directiva en temas de sostenibilidad, donde puedan crear opiniones fuertes y sustantivas hará que los pronunciamientos en temas de gran relevancia como Derechos Humanos, Cambio Climático y otros puedan colocar al COLPER en un referente de los temas ASG.

Lema y propósito de la Estrategia

Como parte del desarrollo de la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER, se realizó una propuesta de Lema y propósito de la Estrategia, la cual fue validada por la Junta Directiva. Según Koontz et al (2012) define el propósito de una Estrategia como:

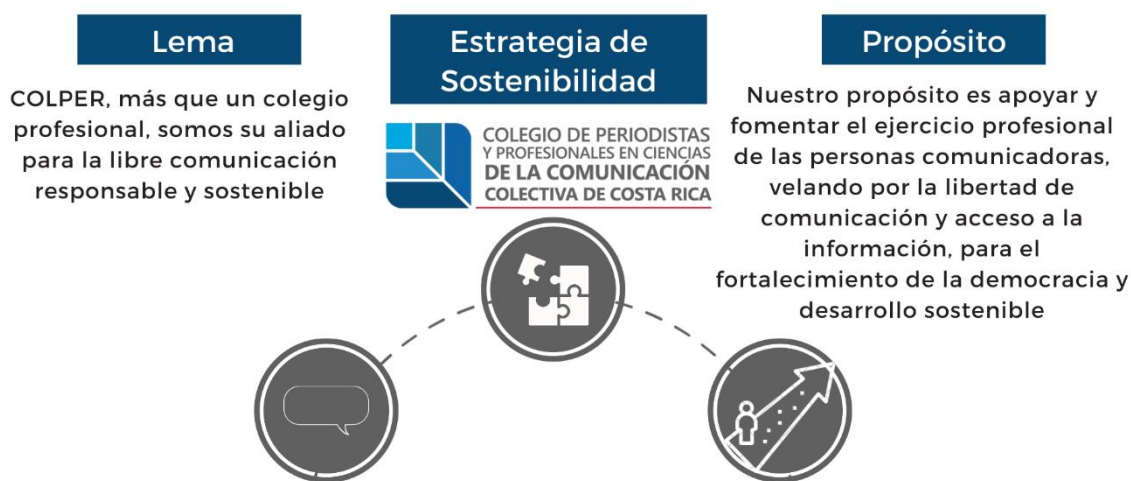
La misión o el propósito (términos que a menudo se utilizan indistintamente) identifican la función o las tareas básicas de una empresa o dependencia, o de cualquiera de sus partes. Todo tipo de operación organizada tiene —o debería tener, si es coherente— una misión o un propósito. (p.109).

El COLPER cuenta con su misión y visión ya definidas. La primera es “Apoyar y fomentar el ejercicio profesional de los comunicadores, bajo principios éticos y de excelencia, que

incida en el acceso a la información, la libertad de prensa y el fortalecimiento de la democracia” (COLPER, 2023).

Considerando entonces que el COLPER ya cuenta con una misión y que esta puede ser también considerada como el propósito, se decide no crear una completamente nueva, sino sugerir a partir de la ya existente, algunas modificaciones. Por ejemplo, para hacerlo más inclusivo a nivel de género, se sugiere el cambio de “ejercicio profesional de los comunicadores” por “ejercicio profesional de las personas comunicadoras”. Se sustituye el término “libertad de prensa” por “libertad de comunicación”, de manera que sea más amplio e inclusivo a nivel de ejercicio profesional. Además, se considera importante la inclusión no solo del fortalecimiento de la democracia, sino también del desarrollo sostenible. Dicho cambio proyecta sin duda el nuevo enfoque que quiere incluir el COLPER al desarrollar la Estrategia de Sostenibilidad. En la Figura 13 se presentan la propuesta de propósito sugerida al Colegio.

Figura 14. Propósito y lema de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER 2024-2028.



Nota: Elaboración propia.

Por último, si bien la creación de un lema es opcional para las organizaciones, este les permite ser reconocidos más fácilmente por sus partes interesadas, así como proyectar el ser de sí, pues “el logo, el símbolo y el lema actúa como un lenguaje del poder puesto que provoca acciones en los sujetos” (González, 2016).

Como complemento a la estrategia diseñada, se propone la creación de un lema que la acompañe: “COLPER, más que un colegio profesional, somos su aliado para la libre comunicación responsable y sostenible” (ver Figura 13). El lema busca generar la idea de que el COLPER no solo es un tradicional colegio profesional, sino que es una organización abierta a la sociedad que busca sobre todo la defensa de la libre comunicación, siempre y cuando esta cumpla con principios de sostenibilidad responsable.

Capítulo VII: Conclusiones y recomendaciones

A partir de los resultados y hallazgos logrados, se muestran las conclusiones obtenidas durante el proceso de elaboración de la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER.

- El COLPER está conformado por una red robusta de órganos claramente estructurados, con funciones y atribuciones muy claros por Ley. La Junta Directiva se apoya de la Dirección Ejecutiva para cumplir con sus responsabilidades, el cual es el brazo técnico y ejecutor de la Junta. A pesar de que tiene una estructura robusta, su operación es convencional, por lo tanto, muchas decisiones se quedan a nivel de la Junta Directiva de turno.
- La Asamblea General es el máximo órgano del COLPER, en donde la toma de decisión radica en escoger la Junta Directiva cada 2 años, así como aquellas de índole estratégico y de planificación para la organización; son quienes podrán hacer la diferencia en que una Estrategia de Sostenibilidad se quede en el tiempo dentro de la institución.
- Actualmente, el COLPER ya realiza acciones vinculadas con la sostenibilidad, sin embargo, no de forma estructurada ni estratégica, por lo tanto, la construcción de la presente Estrategia de Sostenibilidad es una herramienta de planificación que lo orientará.
- A nivel nacional, el CFIA es el colegio profesional con mayor avance en temas de sostenibilidad, cuentan con una Estrategia de Sostenibilidad, partes interesadas identificadas, así como sus temas materiales, también realizan reportes anuales. Los demás colegios profesionales a nivel nacional no cuentan con avances en la materia de forma estratégica, solo iniciativas aisladas.
- A nivel internacional, en colegios profesionales no se identificó que el tema de sostenibilidad fuera prioritario, no cuentan con estrategias desarrolladas o temas de impacto identificados. Sin embargo, sí mencionan que se enfocan en intervenciones o proyectos relacionados con género y derechos humanos.
- Las partes interesadas prioritarias internas del COLPER son: Junta Directiva, Órganos, comisiones y personas colaboradoras. A nivel externo, se priorizaron los estudiantes de comunicación, personas colegiadas, Sello de Garantía, colegios

profesionales, empresas empleadoras, Ministerio de Comunicación, Sindicato de Periodistas y ONG que trabajan en derechos humanos.

- Se evidenció el compromiso de las personas agremiadas y personas colaboradoras con el diseño de la estrategia, pues fueron las partes de interés que respondieron la encuesta, cumpliendo así la muestra esperada; sin embargo, existe una limitada respuesta de empresas empleadoras y demás partes interesadas priorizadas; puede que haya un desinterés del tema y no sea prioritario.
- Dentro de las entrevistas a personas agremiadas, se obtuvieron temas de impacto importantes de considerar en una futura Estrategia, tales como la formación y capacitación, tener más cohesión o personas agremiadas al Colegio, acercarse y forjar una estrecha relación con las universidades del país, poseer un mayor posicionamiento en temas de sostenibilidad a nivel nacional e internacional, generar más alianzas público-privadas, fortalecer la ética y transparencia en las personas agremiadas y realizar acciones que incentiven y fomente las mujeres en la comunicación y sostenibilidad.
- A nivel de personas estudiantes, existe un alto desconocimiento del COLPER, su papel y funciones, por lo tanto, la vinculación con las universidades será importante para obtener más cantidad de personas agremiadas en el futuro.
- A partir del proceso realizado de consulta a las partes interesadas, se obtuvieron 26 impactos priorizados, en donde hay una clara tendencia al eje social.
- Se evaluaron los impactos priorizados mediante un taller de materialidad, en donde algunos temas tuvieron que desagregarse por petición de las personas participantes y en total resultaron 29 temas materiales, enfocándose en el eje social la mayoría de ellos; dichos temas responden al contexto de las ciencias de la comunicación y sus partes para la disminución de posibles impactos y riesgos asociados a sus procesos.
- Para organizaciones que están iniciando procesos de construcción y gestión de la sostenibilidad, es necesario realizar matrices de evaluación sencillas y claras para su ejecución, pues el uso de herramientas muy robustas y con muchos criterios de evaluación tiende a confundir a las personas que evaluarán las matrices. Esto sucedió con la primera versión de la matriz de materialidad realizada en el proceso, la cual se

debió de ajustar después de ponerla en evaluación con la Comisión de Sostenibilidad del COLPER.

- La buena práctica realizada de brindar conceptos y definiciones de criterios ASG, definiciones tales como Responsabilidad Social, Sostenibilidad, entre otros, hizo que las personas participantes se sintieran con más conocimiento y apertura en la participación de los talleres, lo cual fomenta la concientización y sensibilización de temas de sostenibilidad en la institución.
- El proceso de evaluación de los temas materiales en el Colegio dio resultado crítico la mayoría de los temas de impacto, sin embargo, esto se resumió como parte de la metodología en 10 grandes temas de impacto, asociando los temas materiales similares para facilitar el trabajo de la construcción de los ejes de la Estrategia.
- De los 10 temas de impacto, 8 fueron catalogados como materiales, descartando la “sentido de cohesión” y “operación ecoeficiente”. Además, por unanimidad, aunque el tema “seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas” resultó un tema material, se decide omitir de la Estrategia. Por criterio de expertas, el tema “sentido de cohesión” se asciende como tema material.
- El involucramiento de la Junta Directiva, Comisión de Sostenibilidad, Dirección Ejecutiva y Jefaturas de Departamento en estos espacios de participación de la construcción de la Estrategia mostró un interés genuino de las personas en entender y tener mayor conocimiento en el tema, así como una retroalimentación al proceso. Esto hizo que fuera un proceso de consulta multiactor, robusto y con gran valor agregado.
- La Estrategia de Sostenibilidad del COLPER está compuesta por cuatro ejes, ocho proyectos con sus respectivos planes de acción, 34 actividades y 31 metas que harán que el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica tenga un enfoque de triple utilidad en la toma de decisiones.
- Las acciones propuestas en cada uno de los proyectos están orientadas a realizarse con poco recurso económico y utilizando el recurso humano existente en el COLPER, lo cual hará que el posicionamiento, vinculación y acercamiento a temas de sostenibilidad sea una realidad si existe el interés político a lo interno de la institución.

- La vinculación de la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER con los ODS apoya y fomenta el cumplimiento de las metas de estos a nivel institucional y nacional.
- El papel de la comunicación es de gran relevancia en la sociedad actual, recae en quienes comunican la responsabilidad de hacerlo éticamente y, por ende, en el COLPER el deber de brindarles las herramientas necesarias para lograrlo, por ello la Estrategia es una herramienta de planificación acorde a la necesidad actual.
- La gobernanza elaborada por la actual Junta Directiva en utilizar el papel de la Comisión de Sostenibilidad como validador-verificador de la Estrategia de Sostenibilidad previo a ellos, hizo que el trabajo de aceptación y validación con el Colegio fuera más ágil y sencillo.

A partir del análisis realizado, se presentan una serie de recomendaciones necesarias para fortalecer el papel del COLPER con sus partes interesadas.

- Es vital que la Estrategia sea aprobada por la Asamblea General, de lo contrario, su permanencia en el tiempo no se asegura.
- Es necesario realizar una gestión de involucramiento con todas las partes interesadas identificadas y priorizadas en el proceso, esto para fortalecer el vínculo, conocer las necesidades y puntos de dolor de sus partes y así, establecer posibles intervenciones de trabajo con estas.
- Se deben fortalecer los canales de comunicación con las partes interesadas, pues no hay una respuesta e interés cuando el Colegio realiza una petición.
- El COLPER deberá acercarse más a las universidades y personas estudiantes de último año con una estrategia de comunicación clara para captar la mayor cantidad de posibles agremiados.
- Se recomienda agregar en revisiones futuras de análisis de materialidad y de la Estrategia de Sostenibilidad el tema material “Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas”, debido a que es un tema material y se debe de contemplar en la labor del Colegio, y así evitar cualquier riesgo de Imagen y Reputación de la institución.
- Es necesario de la institución contemple la Estrategia de Sostenibilidad como una herramienta de planificación y que involucre en su gestión a mediano y largo plazo

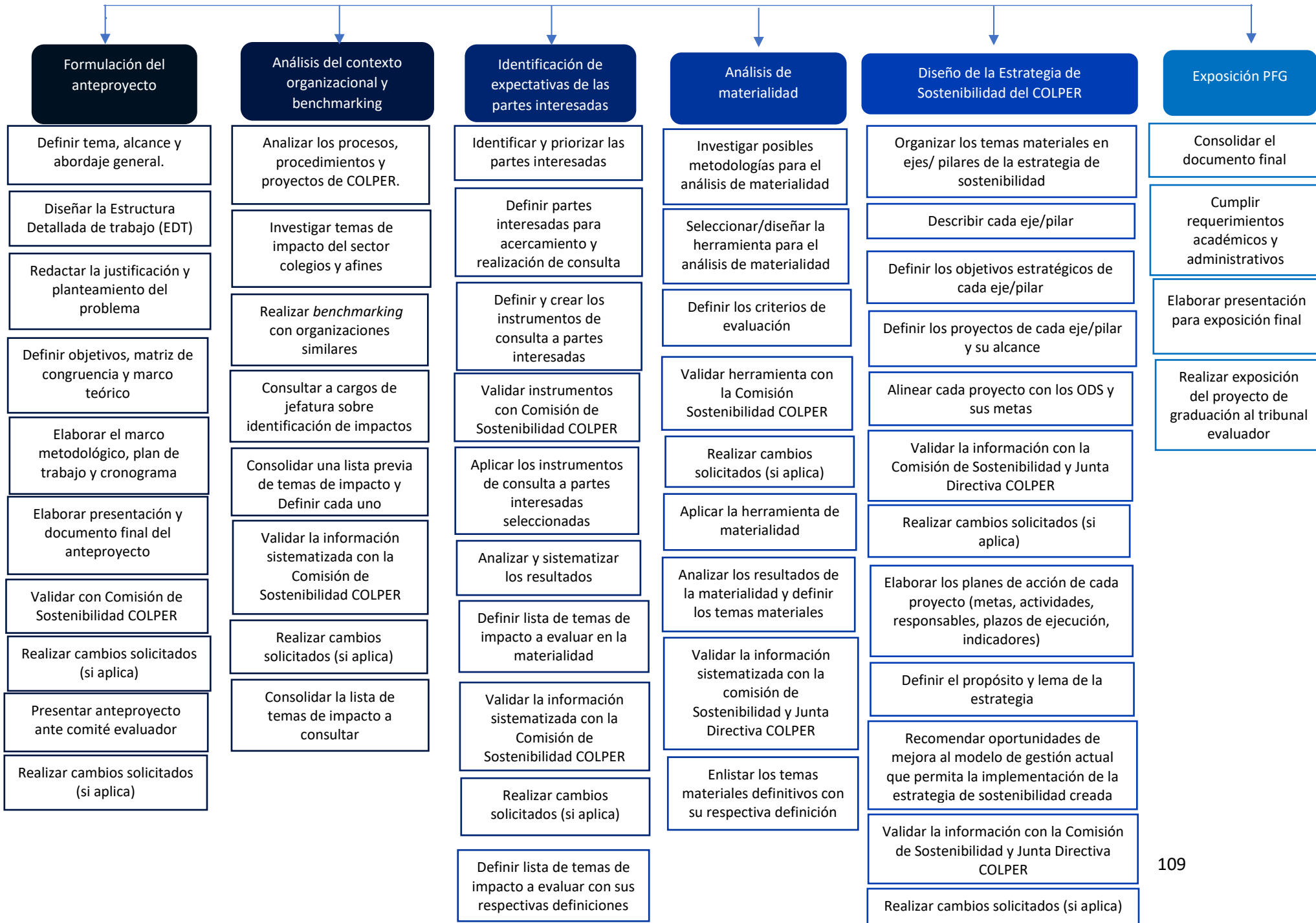
el tema de sostenibilidad. Podrá fortalecer el tema de sostenibilidad con la adquisición de una persona encargada en el tema de sostenibilidad y así asegurar en el tiempo la permanencia y ejecución de la Estrategia creada.

- La Dirección Ejecutiva debe estar involucrada, llevando y siendo líder en el proceso de la Estrategia de Sostenibilidad, esto para que las personas colaboradoras tengan un interés genuino de apoyar en este tipo de procesos.
- La correcta y adecuada comunicación entre Dirección Ejecutiva y la Junta Directiva debe ser un tema prioritario, por lo tanto, el trabajar de forma holística entre dichas partes de Gobernanza fomentará la mejora continua de la institución.
- El realizar las recomendaciones complementarias para la implementación de la Estrategia de Sostenibilidad COLPER 2024-2028 apoyará a la ejecución misma de la Estrategia, y hará que el COLPER se posicione como el segundo Colegio Profesional del país en tener una Estrategia de Sostenibilidad.
- El acercarse a entes como sector privado, municipalidades, instituciones y organizaciones afines a la sostenibilidad podrá apoyar al Colegio al cumplimiento de su Estrategia de Sostenibilidad.

Anexos

Anexo 1. Estructura Detallada de Trabajo (EDT)

Estrategia de Sostenibilidad del Colegio de Periodistas de Costa Rica



Anexo 2. Matriz de congruencia

MATRIZ DE CONGRUENCIA						
Tema: Estrategia de Sostenibilidad para el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica						
INTRODUCCIÓN			CONCEPTUAL	METODOLÓGICO		
Pregunta(s) de investigación o hipótesis	Objetivo general	Objetivos específicos	Conceptos teóricos principales	Método, enfoque y alcance	Sujetos y Fuentes de información	Técnica e Instrumento
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cuáles son las necesidades y perspectivas de las partes interesadas del COLPER en materia de sostenibilidad? ● ¿Cuáles son los impactos e injerencia de los colegiados en su ejercer profesional en relación con la sostenibilidad? ● ¿Cómo se puede potenciar el papel del colegio en temas de sostenibilidad? 	OG: Diseñar una estrategia de sostenibilidad para el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica con un enfoque de triple utilidad para la toma de decisiones.	OE1: Analizar el contexto, procesos, proyectos y enfoque organizacional del colegio como punto de partida para la identificación de partes interesadas y temas materiales.	Responsabilidad social y Desarrollo Sostenible de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan; entender el desarrollo duradero trata de satisfacer las necesidades y las aspiraciones del presente sin comprometer la facultad de continuar haciéndolo en el futuro (Naciones Unidas, 1987).	<p>Método inductivo a lo largo del proyecto, con un enfoque mixto, en su mayoría cualitativo</p> <p>Los datos de fuentes primarias serán obtenidos de fuentes como encuestas, entrevistas, consultas directas, sesiones grupales; mientras que los datos de fuentes secundarias serán bajo análisis y revisión bibliográfica de procesos, procedimientos y otros.</p> <p>La investigación tendrá un alcance descriptivo-explicativo.</p>	<p>Sujetos: Comisión de sostenibilidad.</p> <p>Fuentes de información: primarias por medio de entrevistas, taller de trabajo y reuniones.</p> <p>Secundarias: revisión bibliográfica y análisis de documentos, procedimientos, procesos, entre otros.</p>	Análisis documental, entrevista, análisis cultural de la organización, procedimientos, entre otros.

Pregunta(s) de investigación o hipótesis	Objetivo general	Objetivos específicos	Conceptos teóricos principales	Método, enfoque y alcance	Sujetos y Fuentes de información	Técnica e Instrumento
		<p>OE2: Identificar las expectativas de las partes interesadas prioritarias del colegio por medio de acercamientos que proporcionen información estratégica.</p>	<p>Conceptos como triple utilidad: las organizaciones empiezan a planear y medir su desempeño en términos triples y no solo económicos, como tradicionalmente lo hacían, buscando así ser sostenibles y al mismo tiempo generar valor (Innocent, 2014).</p> <p>Partes interesadas: individuos, grupos sociales u organizaciones que pueden verse afectados de manera significativa por las actividades, productos y/o servicios de la empresa; o cuyas acciones pueden afectar la capacidad para desarrollar con éxito las estrategias y alcanzar los objetivos de la empresa” (Asociación Empresarial para el Desarrollo AED, 2016).</p>	<p>Se realizará un método inductivo a lo largo del proyecto, con un enfoque mixto, en su mayoría cualitativo, pero en la consulta a las partes interesadas con un enfoque cuantitativo. Los datos de fuentes primarias serán obtenidos de fuentes como encuestas, entrevistas, consultas directas, sesiones grupales; mientras que los datos de fuentes secundarias serán bajo análisis y revisión bibliográfica de procesos, procedimientos y otros.</p> <p>La investigación tendrá un alcance descriptivo-explicativo.</p>	<p>Sujetos: miembros de la Junta Directiva, Dirección Ejecutiva, jefaturas de Servicios Generales, Fondo de Mutualidad, Proyección y Financiera Contable, encargado de la finca y el abogado del COLPER. Comisión de Sostenibilidad y partes interesadas priorizadas</p> <p>Fuentes de información: primarias por medio de entrevistas, taller de trabajo y reuniones.</p>	<p>Análisis documental, entrevista, análisis cultural de la organización, procedimientos, entre otros.</p> <p>Entrevistas, reuniones semiestructuradas, talleres grupales estructurados.</p>

Pregunta(s) de investigación o hipótesis	Objetivo general	Objetivos específicos	Conceptos teóricos principales	Método, enfoque y alcance	Sujetos y Fuentes de información	Técnica e Instrumento
		<p>OE3: Determinar los temas materiales del colegio que fomenten la toma de decisión asertiva y adecuada al contexto de las ciencias de la comunicación y sus partes para la disminución de posibles impactos y riesgos asociados a sus procesos.</p>	<p>Materialidad: el proceso de identificar, refinar y evaluar numerosos problemas ambientales, sociales y de gobernanza que podrían afectar a un negocio y/o a sus partes interesadas, y condensarlos en una lista corta de temas que forman parte de la estrategia y los objetivos de la empresa, así como de sus informes (KPMG, 2014).</p>	<p>Se realizará un método inductivo.</p> <p>Enfoque mixto.</p> <p>Los datos de fuentes primarias serán obtenidos de fuentes como encuestas, entrevistas, consultas directas, sesiones grupales; mientras que los datos de fuentes secundarias serán bajo análisis y revisión bibliográfica de procesos, procedimientos y otros.</p> <p>La investigación tendrá un alcance descriptivo-explicativo.</p>	<p>Sujetos: miembros de la Junta Directiva, Dirección Ejecutiva, jefaturas de Servicios Generales, Fondo de Mutualidad, Proyección y Financiera Contable, encargado de la finca y el abogado del COLPER), sin embargo, se incluiría, además, al encargado de Tecnologías de Información, así como personas miembros de los órganos del colegio (Tribunal de Honor y Ética, Tribunal de Elecciones Internas, Fondo de Mutualidad y Sello de Garantía) y Comisión de Sostenibilidad.</p> <p>Fuentes de información: primarios mediante sesión grupal</p>	<p>Talleres grupales estructurados y entrevistas.</p>

Pregunta(s) de investigación o hipótesis	Objetivo general	Objetivos específicos	Conceptos teóricos principales	Método, enfoque y alcance	Sujetos y Fuentes de información	Técnica e Instrumento
		OE4: Definir los elementos estratégicos para la Estrategia de sostenibilidad con un enfoque en triple utilidad, determinando los proyectos con sus respectivos planes de acción para el trabajo del Colegio.	Estrategia de Sostenibilidad: Una de las principales herramientas que permiten que la responsabilidad social de las empresas tenga un mayor impacto, son las estrategias de responsabilidad social o sostenibilidad. Estas pueden ser definidas como: “la manera como una organización se relaciona con su entorno y garantiza su supervivencia, su viabilidad y su crecimiento para cumplir con su misión en la sociedad” (Mory, 2011).	Se realizará un método inductivo. Enfoque mixto. Los datos de fuentes primarias serán obtenidos de fuentes como encuestas, entrevistas, consultas directas, sesiones grupales; mientras que los datos de fuentes secundarias serán bajo análisis y revisión bibliográfica de procesos, procedimientos y otros. La investigación tendrá un alcance descriptivo-explicativo.	Sujetos: Junta Directiva y Comisión de Sostenibilidad Fuentes de información: primario, sesiones y reuniones de trabajo.	Entrevistas, reuniones semiestructuradas, talleres grupales estructurados.

Nota: Elaboración propia.

Anexo 3. Herramienta para priorización de partes interesadas

Bienvenid@s al Taller: Análisis de Grupos de Interés		
SOSTENIBILIDAD	RESPONSABILIDAD SOCIAL	PARTES INTERESADAS (STAKEHOLDERS)
Satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer a las necesidades de las generaciones futuras, al mismo tiempo que se garantiza un equilibrio entre el crecimiento de la economía , el respeto al medioambiente y el bienestar social .	Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente , mediante un comportamiento ético y transparente que: 1- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad 2- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas ; 3- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional 4- Esté integrada en toda la organización	Toda aquella persona, grupos o entidades , que de una u otra manera, son afectados y/o afectan a la organización en mayor o menor grado, positiva o negativamente .

ACTIVIDAD 1: IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS

20 minutos
En grupos, identifique todos los actores con los que se relaciona directa e indirectamente en su cotidianidad.

PARTES INTERESADAS			

AYUDA
Piense en:

- Personas con las que COLPER tiene responsabilidades legales, financieras u operativas.
- Personas que tienen probabilidades de influenciar el desempeño de la organización (positiva o negativamente).
- Personas o grupos afectados positiva o negativamente por las operaciones de COLPER

ACTIVIDAD 2: PRIORIZACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS

30 minutos: En los mismos grupos, con base en la matriz de influencia y relevancia vamos a establecer el orden de prioridad para los grupos de stakeholders de COLPER

		Influencia del stakeholders			
		Sin influencia	Poca influencia	Mediana influencia	Poder formal / Mucha influencia
Dependencia del stakeholder respecto de COLPER	Alta dependencia – sin alternativa				
	BAJA Dependencia - Sin impacto directo – los stakeholders tienen una amplia gama de alternativas				

RECUERDE
Los stakeholders **influyen** en COLPER (por ejm permisos)

Los stakeholders **dependen** del COLPER (por ejm salarios)


ACTIVIDAD 3: TEMAS RELEVANTES

30 minutos

- Tome los stakeholders ubicados en el cuadrante de mayor relevancia e influencia y los coloca dentro de las casillas amarillas.
- Escriba los temas que los relacionan con cada stakeholder estratégico.
- Tome en cuenta la **Prueba de relevancia de cinco partes**.

RELACIONAMIENTO DE STAKEHOLDERS CON TEMAS RELEVANTES

AYUDA

Prueba de relevancia de las 5 partes 

A	Temas que produzcan impactos financieros directos a corto plazo
B	Cuestiones para las que la organización haya acordado políticas de naturaleza estratégica
C	Temas que organizaciones similares consideren relevantes ; es decir, normas basadas en organizaciones pares.
D	Temas que los stakeholders consideren lo bastante importantes como para movilizarlos a la acción (ahora o en el futuro)
E	Temas que se consideren normas sociales (según indiquen la regulación, probables regulaciones futuras o normas y prácticas institucionalizadas).

Anexo 4. Temas de impacto según estándares relacionados con sostenibilidad

Global Reporting Initiative - Generales	
Aspectos	Eje de sostenibilidad
Desempeño económico	Económico
Presencia en el Mercado	Económico
Impactos económicos indirectos	Económico
Anticorrupción	Económico
Competencia desleal	Económico
Fiscalidad	Económico
Prácticas de abastecimiento	Económico
Uso de materiales	Ambiental
Energía	Ambiental
Agua	Ambiental
Biodiversidad	Ambiental
Emisiones	Ambiental
Vertidos y Residuos	Ambiental
Evaluación ambiental de proveedores	Ambiental
Empleo	Social
Gestión de relación laboral trabajador-empresa	Social
Salud y seguridad ocupacional en el trabajo	Social
Capacitación y educación	Social
Diversidad e igualdad de oportunidades	Social
No discriminación	Social
Libertad de asociación y de negociación colectiva	Social
Trabajo infantil	Social
Trabajo forzoso u obligatorio	Social
Prácticas en materia de seguridad	Social
Derechos de los pueblos indígenas	Social
Comunidades locales	Social
Evaluación social de proveedores	Social
Política pública	Social
Salud y Seguridad del Cliente	Social
Marketing y etiquetado de servicios	Social
Privacidad del Cliente	Social

Nota: Tomado de GRI (2022).

SASB		
Categoría	Tema	Eje de sostenibilidad
Services › Professional & Commercial Services	Seguridad de datos	Social Económico
	Fuerza Laboral, Diversidad y Compromiso	Social
	Integridad Profesional	Gobernanza

Nota: Tomado de IFRS Foundation (2023).

Robeco		
Categoría	Tema	Eje de sostenibilidad
Professional Services.	Estrategia climática	Ambiental
	Operación ecoeficiente	Ambiental
	Desarrollo del capital humano	Social
	Derechos humanos	Social
	Indicadores de prácticas laborales	Social
	Seguridad y Salud Ocupacional	Social
	Atracción y retención del talento	Social
	Códigos de conducta empresarial	Económico Gobernanza
	Gobernanza corporativa	Económico Gobernanza
	Privacidad	Económico Gobernanza

Nota: Tomado de S&P Global (2022).

ISO 26000		
Tema	Materia fundamental	Eje de sostenibilidad
Asunto 1: Procesos y estructuras de la toma de decisiones.	1. Gobernanza de la organización	Gobernanza
Asunto 1: Debida Diligencia	2. Derechos Humanos	Social
Asunto 2: Situaciones de riesgo para los derechos humanos	2. Derechos Humanos	Social
Asunto 3: Evitar complicidad	2. Derechos Humanos	Social
Asunto 4: Resolución de reclamaciones	2. Derechos Humanos	Social
Asunto 5: Discriminación y grupos vulnerables	2. Derechos Humanos	Social
Asunto 6: Derechos civiles y políticos	2. Derechos Humanos	Social
Asunto 7: Derechos económicos, sociales y culturales	2. Derechos Humanos	Social
Asunto 8: Principios y derechos fundamentales en el trabajo	2. Derechos Humanos	Social
Asunto 1: Trabajo y relaciones laborales	3. Prácticas Laborales	Social

Tema	Materia fundamental	Eje de sostenibilidad
Asunto 2: Condiciones de trabajo y protección social	3. Prácticas Laborales	Social
Asunto 3: Diálogo social	3. Prácticas Laborales	Social
Asunto 4: Salud y seguridad ocupacional	3. Prácticas Laborales	Social
Asunto 5: Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	3. Prácticas Laborales	Social
Asunto 1: Prevención de la contaminación	4. Medio Ambiente	Ambiental
Asunto 2: Uso sostenible de los recursos	4. Medio Ambiente	Ambiental
Asunto 3: Mitigación y adaptación al cambio climático	4. Medio Ambiente	Ambiental
Asunto 4: Protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales	4. Medio Ambiente	Ambiental
Asunto 1: Anticorrupción	5. Prácticas Justas de Operación	Gobernanza
Asunto 2: Participación política responsable	5. Prácticas Justas de Operación	Gobernanza
Asunto 3: Competencia justa	5. Prácticas Justas de Operación	Económico
Asunto 4: Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor	5. Prácticas Justas de Operación	Gobernanza
Asunto 5: Respeto a los derechos de propiedad	5. Prácticas Justas de Operación	Gobernanza
Asunto 1: Prácticas justas de <i>marketing</i> , información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación	6. Asuntos de Consumidores	Social
Asunto 2: Protección de la salud y seguridad de los consumidores	6. Asuntos de Consumidores	Social
Asunto 3: Consumo sostenible	6. Asuntos de Consumidores	Social
Asunto 4: Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias	6. Asuntos de Consumidores	Social
Asunto 5: Protección y privacidad de los datos de los consumidores	6. Asuntos de Consumidores	Social
Asunto 6: Acceso a servicios esenciales	6. Asuntos de Consumidores	Social
Asunto 7: Educación y toma de conciencia	6. Asuntos de Consumidores	Social
Asunto 1: Participación de la comunidad	7. Participación y desarrollo de la comunidad	Social
Asunto 2: Educación y cultura	7. Participación y desarrollo de la comunidad	Social
Asunto 3: Creación de empleo y desarrollo de habilidades	7. Participación y desarrollo de la comunidad	Social
Asunto 4: Desarrollo y acceso a la tecnología	7. Participación y desarrollo de la comunidad	Social
Asunto 5: Generación de riqueza e ingresos	7. Participación y desarrollo de la comunidad	Económico
Asunto 6: Salud	7. Participación y desarrollo de la comunidad	Social

Tema	Materia fundamental	Eje de sostenibilidad
Asunto 7: Inversión social	7. Participación y desarrollo de la comunidad	Social

Nota: Tomado de INTECO (2010).

Anexo 5. Herramientas de consultas a partes interesadas

Anexo 5.1 Herramientas de consulta a partes interesadas (ejemplo consulta a agremiados)

COLPER SOSTENIBLE (personas agremiadas)

El COLPER está diseñando su Estrategia de Sostenibilidad

Como parte de este proyecto, deseamos conocer su opinión. Agradecemos puedan completar estas DOS PREGUNTAS las cuales serán un insumo muy valioso para diseñar la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER.

* Obligatoria

¿Qué es una estrategia de Sostenibilidad?

Es un **"plan de todos y para todos"**, con el fin de que una organización se relacione con su entorno, garantizando su supervivencia, su viabilidad y su crecimiento, **para cumplir con su misión en la sociedad.**

Tomamos como punto de partida el reconocimiento de las **demandas de sus diversos grupos de interés**, siempre considerando **la triple utilidad** (ambiental, social y económica)

Fuente: & más información <https://n9.cl/bjZvy>

¿CÓMO HARÁ EL COLPER SU ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD?

El diagrama muestra un ciclo de cuatro etapas:

- ANÁLISIS DE CONTEXTO** (rojo): Del COLPER
- CONOCER EXPECTATIVAS DE PARTES INTERESADAS** (verde): ¿Qué esperan, les interesa, preocupa...?
- ANÁLISIS DE MATERIALIDAD** (amarillo): Definir impactos del COLPER
- DISEÑO DE ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD** (azul): Pilares-proyectos-actividades-indicadores-responsables

1

Según su opinión, ¿cuál debe ser el nivel de importancia de cada uno de los siguientes temas, al desarrollar la **Estrategia de Sostenibilidad de COLPER?** *

	No es importante	Poco importante	Importante	Muy importante
1. Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Operación ecoeficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Respeto a los derechos humanos de personas colegiadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Capacitación y formación de personas colegiadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Atracción y retención de más personas agremiadas al COLPER	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Adecuada Gobernaza para el correcto funcionamiento o del Colegio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores y/o actores de la sociedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas (bienestar integral)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Apoyo a la generación de empleo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. La comunicación e información brindada por el	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

COLPER

2

Desde un punto de vista de sostenibilidad **¿qué otro (s) tema (s) considera importante incluir en la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER?**

3

Si desea participar en la rifa por completar esta encuesta, indique su correo y/o celular para contactarle en caso de ser la persona ganadora

Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.



Anexo 5.2 Herramientas de consulta a partes interesadas (consulta a estudiantes)

9/11/23, 19:22

Camino a la Sostenibilidad

Camino a la Sostenibilidad

El Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva en Costa Rica (COLPER) está diseñando su Estrategia de Sostenibilidad. Como parte de este proyecto, deseamos conocer su opinión. Agradecemos puedan completar estas PREGUNTAS las cuales serán un insumo muy valioso para diseñar la Estrategia de Sostenibilidad del COLPER.

* Indica que la pregunta es obligatoria



1. 1. ¿Conoce qué es el COLPER? *

Marca solo un óvalo.

Sí (Pasar a pregunta 2)

No (Pasar a pregunta 3)

2. 2. ¿Qué conoce del COLPER?

3. El COLPER es:

El Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva en Costa Rica (COLPER). Es un ente público no estatal integrado por los profesionales en comunicación. Fue creado por la Ley 4420 del 1969 y reformada por la Ley 5050 en 1972. Tiene a más de **2600 personas agremiadas**.

El Colegio agrupa **siete perfiles profesionales distintos**: publicidad, periodismo, diseño gráfico, animación digital, diseño publicitario, relaciones públicas y producción audiovisual o multimedia.

https://docs.google.com/forms/d/1ACX0VCfweUzIC6B7j3eebXGuxV97yCTA2L_MvnSJhk/edit?ts=653fb4b6

1/6

3. 4. ¿Qué ha escuchado del COLPER? *

4. 5. ¿Considera importante estar colegiado al COLPER? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- No lo sé

5. 6. ¿Cuáles beneficios puede obtener al estar colegiado al COLPER? *

7. Beneficios al estar en el Colper como persona agremiada:

- **Pertenecer** a la organización gremial de comunicadores más fuerte y sólida de Centroamérica y el Caribe.
- Participación en actividades permanentes de **capacitación y actualización profesional**.
- **Becas** para estudio
- **Participar** en los premios anuales
- Servicio de **médico de empresa** gratuito para colegiados y sus familiares.
- **Convenios** interinstitucionales
- **Apoyo mutuo**: capital de retiro y defunción, subsidio por nacimiento de hijos, otros
- **Uso de instalaciones** del Centro de Recreo y capacitación.
- **Asistir** a la Semana de Profesionales en Comunicación.

6. 8. ¿Al terminar su carrera, considera importante colegiarse al COLPER? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- No lo sé

7. 9. Como estudiante actualmente, ¿Qué apoyo le gustaría recibir del COLPER? *

8. 10. ¿Cuáles actividades le gustaría trabajar en conjunto con el COLPER? (escogencia múltiple) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Participación a programas de capacitación y formación profesional
- Voluntariado
- Eventos (semana de la Comunicación, asambleas, networking, etc.)
- Espacios de discusión de temas relevantes a nivel país
- Pasantías, práctica profesional, labores específicas
- Otro: _____

9. 11. ¿Por cuál medio es mejor para que el colegio se comuniquen con su persona? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- Correo Electrónico
- Otro: _____

10. 12. ¿Cuáles impactos considera que el COLPER debería de trabajar en su Estrategia de Sostenibilidad? *

Selecciona todos los que correspondan.

	Muy Importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Adecuada				
Gobernaza para el correcto funcionamiento del Colegio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores y/o actores de la sociedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas y colaboradoras (bienestar integral)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoyo a la búsqueda y generación de empleo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La comunicación e información brindada por el COLPER demuestra transparencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexo 5.3 Entrevista a personas agremiadas especialistas en sostenibilidad

1. Presentación, cargo o posición de trabajo.
2. Entiéndase sostenibilidad como “*El principio de asegurar las necesidades actuales del modelo de negocio, sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, siempre sin renunciar a la protección del medioambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social*”?
3. En el marco de la definición de sostenibilidad antes mencionada, ¿desde su posición o cargo laboral, trabaja algunos temas vinculados a esta definición?
4. ¿Cuál es su relación o vínculo con el COLPER?
 - a. Colegiado
 - b. Colaborador
 - c. Medio
 - d. Otro
5. ¿Tiene noción usted de si el COLPER ha trabajado, abordado o gestionado temas en sostenibilidad?
6. ¿Cómo visualiza la creación de una estrategia de sostenibilidad en el COLPER?
7. ¿Qué condiciones son necesarias para el **diseño e implementación** de una estrategia de sostenibilidad en el COLPER?
8. ¿Cuáles de estos impactos podría usted valorar importantes a nivel interno en el COLPER? (Pasar enlace de evaluación de impactos)
9. ¿Qué temas visualiza como estratégicos y de mayor relevancia en temas de sostenibilidad en el COLPER? ¿Qué temas podrían ser críticos de agregar en la Estrategia de Sostenibilidad para su adecuada gestión?
10. ¿Desde su posición cómo podría aportar?

Anexo 6. Herramienta de materialidad

HERRAMIENTA PARA EL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

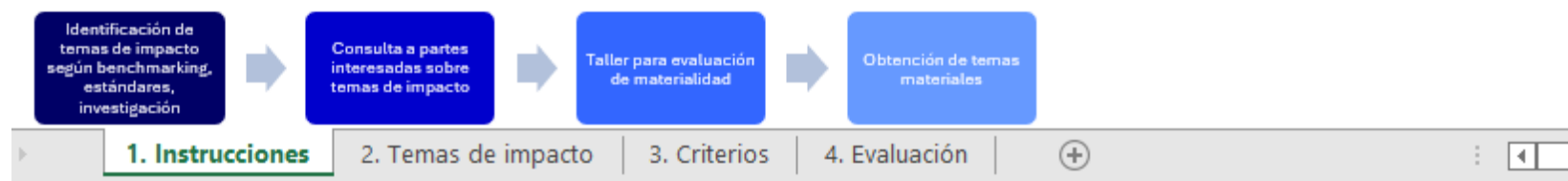


COLEGIO DE PERIODISTAS
Y PROFESIONALES EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN
COLECTIVA DE COSTA RICA

ELABORADA POR: Andrea Acuña Piedra y Alexia Quirós Rojas

NOTA: Esta herramienta tomó como base la herramienta para el análisis de materialidad diseñada por la Alianza Empresarial para el Desarrollo y herramientas brindadas en Est.

INSTRUCCIONES PARA SU USO



TEMAS DE IMPACTO COLPER



COLEGIO DE PERIODISTAS
Y PROFESIONALES EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN
COLECTIVA DE COSTA RICA

#	Tema de impacto	Fuente de información					Eje	Inclusión en consulta según PI			
		GRI	SASB	Robeco	26000	Beanchmarking		COLPER	Personas Agremiadas	Personas colaboradoras	Empleadores
1	Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	X	X	X	X			Social	Sí	No	No
2	Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	X	X		X	X		Social	Sí	Sí	Sí
3	Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	X	X	X	X	X	X	Social Gobernanza	Sí	Sí	Sí
4	Operación ecoeficiente	X		X	X	X	X	Ambiental	Sí	Sí	No
5	Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas			X	X		X	Social	Sí	Sí	Sí
6	Capacitación y formación de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas	X		X	X	X	X	Social	Sí	Sí	Sí
7	Atracción y retención del talento de personas colaboradoras / Atracción de más personas colegiadas en el COLPER			X		X		Social	Sí	Sí	Sí
	Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del										

1. Instrucciones

2. Temas de impacto

3. Criterios

4. Evaluación



TEMAS DE IMPACTO COLPER

#	Tema de impacto	Definición	Eje
1	Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	Gestión de riesgos relacionados con la recopilación, retención y uso de datos sensibles, confidenciales y/o propietarios de personas agremiadas. Incluye problemas sociales que pueden surgir de incidentes como violaciones de datos en las que la información de identificación personal y otros datos de usuarios o clientes pueden quedar expuestos. Aborda la estrategia, las políticas y las prácticas de una empresa relacionadas con la infraestructura de TI, la capacitación del personal, el mantenimiento de registros, la cooperación con las autoridades y otros mecanismos utilizados para garantizar la seguridad de los datos.	Social
2	Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	Capacidad de una organización para garantizar que su cultura y sus prácticas de contratación y promoción (incluye personas agremiadas) adopten la construcción de una fuerza laboral (y personas colegiadas) diversa e inclusiva. Aborda las cuestiones de las prácticas discriminatorias por motivos de raza, género, etnia, religión, orientación sexual y otros factores.	Social
3	Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	Es una cuestión de gobernanza importante de cumplimiento de la organización, ya que la organización colectiva de profesionales dentro de una sola organización puede hacer que la detección y prevención de conflictos de intereses, prejuicios o negligencias sean más desafiantes. Capacitar adecuadamente a los empleados, brindar asesoramiento y distribuir datos libres de sesgos y errores, y tomar otras medidas para garantizar la integridad profesional son importantes tanto para fortalecer la licencia de una entidad para operar como para atraer y retener personas	Social Gobernanza

CRITERIOS PARA EVALUACIÓN DE TEMAS DE IMPACTO COLPER



Pregunta	Escala (nivel de importancia)	Calificación	Peso de la Pregunta	%
Nivel de importancia desde un punto de vista económico	No es importante	1	3	33%
	Poco importante	2		
	Importante	3		
	Muy importante	4		
Existencia de un requisito legal	Existe	1	3	33%
	No existe	0		
Nivel de importancia según preocupación e interés de partes interesadas	No es importante	1	1	11%
	Poco importante	2		
	Importante	3		
	Muy importante	4		
Nivel de importancia desde un punto de vista de imagen y reputación	No es importante	1	2	22%
	Poco importante	2		
	Importante	3		
	Muy importante	4		
TOTAL			9	100%

Materialidad del COLPER

Impacto	Importancia Económica	Requisito Legal	Importancia para Partes Interesadas	Importancia para Imagen y Reputación	Importancia Final
Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	No es importante	Existe	Importante	Poco importante	48%
Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	Muy importante	No existe	Importante	Poco importante	70%
Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	Muy importante	No existe	No es importante	No es importante	56%
Operación ecoeficiente	Muy importante	Existe	Muy importante	Muy importante	100%
Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas	No es importante	No existe	No es importante	No es importante	22%
Capacitación y formación de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas	Importante	No existe	Importante	Importante	67%
Atracción y retención del talento de personas colaboradoras / Atracción de más personas colegiadas en el COLPER					#N/D
Adecuada Gobernaza para el correcto funcionamiento del Colegio					#N/D
Generación de proyectos del COLPER que					

Anexo 7. Definición de los temas de impacto analizados

#	Tema de impacto	Definición
1	Seguridad y privacidad de datos de personas agremiadas	Gestión de riesgos relacionados con la recopilación, retención y uso de datos sensibles, confidenciales y/o propietarios de personas agremiadas. Incluye problemas sociales que pueden surgir de incidentes como violaciones de datos en las que la información de identificación personal y otros datos de usuarios o clientes pueden quedar expuestos. Aborda la estrategia, las políticas y las prácticas de una empresa relacionadas con la infraestructura de TI, la capacitación del personal, el mantenimiento de registros, la cooperación con las autoridades y otros mecanismos utilizados para garantizar la seguridad de los datos.
2	Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	Capacidad de una organización para garantizar que su cultura y sus prácticas de contratación y promoción (incluye personas agremiadas) adopten la construcción de una fuerza laboral (y personas colegiadas) diversa e inclusiva. Aborda las cuestiones de las prácticas discriminatorias por motivos de raza, género, etnia, religión, orientación sexual y otros factores.
3	Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	Es una cuestión de gobernanza importante de cumplimiento de la organización, pues la organización colectiva de profesionales dentro de una sola organización puede hacer que la detección y prevención de conflictos de intereses, prejuicios o negligencias sean más desafiantes. Capacitar adecuadamente a los empleados, brindar asesoramiento y distribuir datos libres de sesgos y errores, y tomar otras medidas para garantizar la integridad profesional son importantes tanto para fortalecer la licencia de una entidad para operar como para atraer y retener personas agremiadas. Promover la ética y calidad de comunicación bajo principios de veracidad, pluralismo y diversidad de fuentes
4	Operación ecoeficiente	Lograr que el consumo de recursos (agua, electricidad, combustibles, insumos) y la generación de emisiones (líquidas, residuos sólidos, gases de efecto invernadero), sean los menores posibles, procurando impactar al ambiente
5	Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas	La organización debe respetar los derechos humanos y reconocer, tanto su importancia como su universalidad en las personas colaboradoras, colegiadas y demás partes interesadas.
6	Capacitación y formación de colaboradores/ Colegiados/partes interesadas	Facilitar espacios de capacitación según los intereses y necesidades de las distintas partes interesadas (personas colaboradoras, personas agremiadas y otras partes interesadas), en temas como, por ejemplo, manejo del estrés, ambiente laboral, educación financiera, salud mental y familiar, desarrollo profesional, bienestar, sostenibilidad enfocada a la comunicación, entre otros
7	Atracción y retención del talento de personas colaboradoras / Atracción de más personas colegiadas en el COLPER	La organización tiene capacidad para atraer y retener a personas trabajadoras o demás partes interesadas.
8	Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio	La gobernanza de la organización aporta en la toma de decisiones y en la implementación de dichas decisiones para lograr sus objetivos. Existen mecanismos de gobernanza formales basados en estructuras y procesos definidos.


#	Tema de impacto	Definición
9	Generación de proyectos del COLPER que apoyen a distintos sectores, actores de la sociedad, así como en la finca recreativa	Impulsar la participación del colegio en proyectos y actividades que beneficien a la comunidad de colegiados COLPER
10	Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas y colaboradoras (bienestar integral)	La organización promueve un nivel de salud adecuado, un nivel de salud física y mental, así como el bienestar propio de las personas y el de sus familias.
11	Apoyo a la búsqueda y generación de empleo	Acciones destinadas a mejorar necesidades laborales de los agremiados y que sean viables económicamente.
12	La comunicación e información brindada por el COLPER demuestra transparencia	Fortalecer su visibilidad y participación en instancias internacionales vinculadas con la comunicación y periodismo.
13	Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva	La organización ayuda a permitir la participación efectiva de los actores no estatales en la política económica y social, garantizando la participación y la representación de las personas trabajadoras de las ciencias de la comunicación y de los empleadores.
14	Facilitar a las personas colegiadas las condiciones para acceder a innovación y tecnología	Apoyar a las personas colegiadas a acceder a plataformas de innovación, participación, uso de tecnologías, así como su aplicabilidad en su vida profesional.
15	Capacidad de gestión financiera y económica del COLPER	La organización planifica y realiza una correcta administración de los recursos para garantizar un flujo de caja positivo. Incluye desde el mantenimiento de activos financieros hasta el proceso de identificación y gestión de riesgos.
16	Condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre colaboradores COLPER	Mantener un ambiente laboral en armonía, donde prime el respeto y la colaboración entre las personas colaboradores, ocasionando un funcionamiento del COLPER más eficiente
17	Promoción de la Responsabilidad Social en la cadena de valor	La cadena de valor se entiende como " <i>distintas actividades realizadas por la organización aguas arriba (por ejemplo, proveedores) y aguas debajo de ella (uso de los servicios ofrecidos), para llevar los productos y servicios de la organización desde su concepción hasta su uso final</i> " Por lo tanto, la responsabilidad social en esta implica reducir los impactos que se puedan generar debido al actuar: aguas arriba como aguas abajo. Ejemplo puntual: contratar proveedores no inscritos en la CCSS.
18	Mejores tarifas para colegiarse	Ofrecer a las personas futuras a agremiarse, una gama de beneficios que justifiquen de manera clara y transparente la tarifa a pagar
19	Interseccionalidad y género	Se realiza el reconocimiento integral de las diferencias en las vivencias y oportunidades de las personas de acuerdo con la interrelación de los factores de opresión que viven; y de la priorización de las poblaciones en condiciones de mayor vulnerabilidad, asegurando la transversalidad en el reconocimiento de las diferencias entre hombres, mujeres y otros géneros para que tengan las mismas oportunidades y beneficios en relación con el servicio que brinda el COLPER.

#	Tema de impacto	Definición
20	Generación de alianzas estratégicas	Alianzas estratégicas para realizar más <i>marketing</i> del COLPER y que se perciba que ser colegiado es importante, tiene respaldo y garantiza ser comunicador. Pueden ser internacionales o nacionales (incluye alianzas con empresas públicas, privadas, academia y otros). Búsqueda de colaboraciones y alianzas con otras organizaciones y colegios profesionales que compartan objetivos similares de sostenibilidad, para fortalecer el impacto y la influencia en la promoción de prácticas responsables en el campo de la comunicación.
21	Sentido de cohesión al colegio	Crear un sentido de pertenencia al COLPER de manera que las personas agremiadas se sientan orgullosas de pertenecer al colegio. Así como reflejar a aquellos no agremiados y otras partes interesadas, la satisfacción de ser un miembro de dicho colegio. Promover los beneficios que brinda el COLPER, para atraer más personas que quieran colegiarse, enfocado en bienestar y sostenibilidad.
22	Mejoras en cargos y pluses salariales	Incremento de incentivos y/o complementos que aporten al salario de las personas colaboradoras.
23	Cumplimiento legal y normativo	Velar por el cumplimiento legal del marco normativo nacional, así como estándares internacionales estratégicos para la organización
24	Vinculación y acercamiento con universidades	Dar a conocer la importancia y beneficios que implica pertenecer al COLPER, de manera que estudiantes de comunicación naturalmente entiendan la relevancia. Además de generar proyectos con universidades que permitan generar espacios de promoción de COLPER.
25	Posicionamiento estratégico del COLPER	La organización toma decisiones y estrategias que buscan mejorar la posición a nivel nacional e internacionales, donde cuenta con un relacionamiento acorde a sus facultades y con estrechos canales de comunicación para el incentivo de la sociedad.
26	Fortalecimiento a medios de comunicación	Robustecimiento a los conocimientos en materia de sostenibilidad ambiental, económica y de gobernanza a los medios de comunicación del país, encadenando el fortalecimiento de capacidades de las personas empleadoras de estos medios.

Nota: Elaboración propia.


Anexo 8. Visualización parcial de documento Excel que contiene Estrategia de Sostenibilidad del COLPER

EJES & OBJETIVOS ESTRATÉGICOS




Libertad de comunicación responsable y sostenible

Promover la libertad de comunicación siempre y cuando esta sea responsable y sostenible




Bienestar y dignificación de nuestra gente

Velar por el bienestar integral de las personas agremiadas y colaboradoras dignificando su ejercicio profesional y personal



Gobernanza para el desarrollo institucional

Robustecer la Gobernanza institucional para la mejora del funcionamiento del Colegio




Transmitiendo valor


Ser un Colegio Profesional referente en materia de sostenibilidad que permita la generación de alianzas y posicionamiento estratégico

RESULTADOS TALLER MATERIALIDAD					
IMPACTO	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO3	FINAL	OBSERVACIONES
Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva	85%	89%	89%	88%	Tema crítico, se considera reflejarse como un eje estrat Derechos de Información y comunicación
Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	74%	78%	78%	77%	Agrupados Derechos Humanos
Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados partes interesadas	85%	89%	78%	84%	
Interseccionalidad y género	63%	74%	93%	77%	
Ética, integridad y calidad en la prestación de servicios y procesos que brinda el COLPER	85%	78%	100%	88%	Agrupados Desarrollo institucional
Capacidad de gestión financiera y económica del COLPER	93%	100%	56%	83%	
Mejores tarifas para colegiarse	63%	81%	ND	72%	
Cumplimiento legal y normativo	98%	96%	ND	96%	
La comunicación e información brindada por el COLPER demuestra transparencia	74%	93%	67%	78%	
Adecuada Gobernanza para el correcto funcionamiento del Colegio	74%	89%	89%	84%	Gobernanza: planteamiento est política y visión a largo pl
Capacitación y formación de personas agremiadas	89%	67%	89%	81%	Agrupados Bienestar y dignificación profes la persona colegiada
Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas (bienestar integral)	74%	78%	63%	72%	
Atracción y retención de más personas colegiadas en el	74%	81%	89%	81%	
Apoyo a la búsqueda y generación de empleo	81%	59%	100%	80%	
Facilitar a las personas colegiadas las condiciones para acceder a innovación y tecnología	67%	48%	100%	72%	No se considera tema materi taller. Proponemos inclui
Sentido de cohesión al colegio	59%	67%	ND	63%	
Capacitación y formación de colaboradores	89%	67%	89%	81%	Agrupados Mejoramiento de públicos in
Protección y promoción de la salud y seguridad de personas colaboradoras (bienestar integral)	74%	78%	63%	72%	
Retención del talento de personas colaboradoras	74%	81%	89%	81%	
Condiciones y relaciones de trabajo adecuadas entre	86%	81%	ND	83%	

PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD COLPER 2024-2028

MATERIALES QUE INCLUYE	EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	PROPUESTA DE PROYECTOS	ALCANCE	ALINEAMIENTO CON ODS	#	
Promoción de la libertad de prensa, asociación y negociación	Libertad de comunicación responsable y sostenible 	Promover la libertad de comunicación siempre y cuando esta sea responsable y sostenible.	Observatorio para la fiscalización de la libertad de expresión, de prensa y de la comunicación velando por que esta sea responsable y sostenible	Observatorio que contempla fiscalización de comunicación a nivel nacional de forma prioritaria. Además de comunicaciones que se consideren de gran impacto y relevancia a nivel internacional	4, 7 16.10	1	Gestionar el rol de una persona en las comunicaciones relacionadas a comunicadoras
Interseccionalidad y género						2	Desarrollar un procedimiento para la comunicación respaldado por el código de ética de la institución
Respeto a los derechos humanos de colaboradores/ Colegiados partes interesadas						3	Implementar el procedimiento realizado
Respeto a la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación						4	Generar espacios de diálogo, discusión en pro al respeto de los derechos humanos, negociación colectiva, la diversidad
			Reconocimiento que incentive la labor de profesionales en ciencias de la comunicación provenientes de grupos vulnerables	Personas colegiadas pertenecientes a grupos vulnerables: personas: jóvenes, adultas mayores, provenientes de pueblos originarios; afrodescendientes, con discapacidad, migrantes, de la comunidad LGBTQ+ y mujeres	4.5 5.b 5.c 10.2 10.3	5	Creación de una categoría con su respectivo reglamento en los Premios de la Comunicación COLPER, en donde se visualice la comunicación responsable y sostenible realizada por personas pertenecientes a grupos vulnerables
						6	Implementar el reconocimiento cada año
Protección y promoción de la salud y seguridad de personas agremiadas (bienestar integral)						7	Dar continuidad al plan de acción de la Directiva 2023-2024

Materialidad Plan Acción

PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD COLPER 2024-2028									
#	ACTIVIDAD	INDICADORES	LÍNEA BASE	META	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS	SUPUESTO (CRC/)	
1	Gestionar el rol de una persona encargada del monitoreo, sistematización y respeto de las comunicaciones relacionadas a la libertad de expresión, de prensa y de las personas comunicadoras	Existencia de un puesto para el monitoreo, sistematización y respeto	No existe observatorio	Un observatorio implementado para la fiscalización de la libertad de expresión, de prensa y de la comunicación	Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Marzo 2024	Recursos financieros: 14 tiempo de persona a la semana	₡ 3 568 000 (salario anual) ₡ 130 000 (refrigerio actividad)	Sala
2	Desarrollar un procedimiento para la fiscalización de la libertad de expresión, de prensa y comunicación respaldado por el código de ética de la institución	Un procedimiento desarrollado para la fiscalización	No existe procedimiento		Junta Directiva Dirección Ejecutiva	Marzo 2024			
3	Implementar el procedimiento realizado	Número de proyeccionamientos, comunicaciones y otras gestiones realizadas en pro al cumplimiento del procedimiento	X cantidad de proyeccionamientos al año		Rol de monitoreo Junta Directiva	Abril 2024 a diciembre 2028			
4	Generar espacios de diálogo, discusión e intercambio entre diferentes partes interesadas en pro al respeto de los derechos humanos, tales como la libertad de prensa, asociación y negociación colectiva, la diversidad e igualdad de género evitando la discriminación	Número de actividades realizadas para generar espacios de diálogo, discusión e intercambio	No hay reportados ni sistematizados espacios		Rol de monitoreo Junta Directiva Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Abril 2024 a diciembre 2028			
5	Creación de una categoría con su respectivo reglamento en los Premios de la Comunicación COLPER, en donde se visualice la comunicación responsable y sostenible realizada por personas pertenecientes a grupos vulnerables	Categoría y reglamento creado en los Premios de la comunicación COLPER	Existen Premios de la Comunicación con 3 categorías, pero esta nueva categoría no existe	Entrega de un reconocimiento anual a una persona comunicadora perteneciente a algún grupo vulnerable	Junta Directiva Jefatura de Dpto. Proyección Institucional	Enero 2024 a diciembre 2028	Impresión de reconocimiento	No aplica	Perse
6	Implementar el reconocimiento cada año	Reconocimiento entregado						No aplica	Perse

Anexo 9. Cronograma de trabajo

Producto	#	Actividades	2023																												2024								
			Junio				Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero								
			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV					
Análisis del contexto organizacional y benchmarking	1	Analizar y sistematizar los procesos, procedimientos y proyectos de COLPER										X	X																										
	2	Investigar temas de impacto del sector colegios y afines										X	X																										
	3	Realizar benchmarking con organizaciones similares										X	X																										
	4	Consolidar una lista previa de temas de impacto y definir cada uno													X																								
	5	Validar la información sistematizada con la Comisión de Sostenibilidad COLPER													X																								
	6	Realizar cambios solicitados (si aplica)													X	X																							
	7	Consolidar la lista de temas de													X																								

Producto	#	Actividades	2023																								2024											
			Junio				Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero							
			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV				
		impacto a consultar																																				
Identificación de expectativas de las partes interesadas	8	Identificar y priorizar las partes interesadas, sistematizar el taller					X	X							X																							
	9	Definir partes interesadas para acercamiento y realización de consulta													X	X																						
	10	Definir y crear los instrumentos de consulta a partes interesadas													X	X																						
	11	Validar instrumentos con Comisión de Sostenibilidad COLPER																X																				
	12	Aplicar los instrumentos de consulta a partes interesadas seleccionadas																	X	X	X	X																
	13	Analizar y sistematizar los resultados																					X	X														
	14	Definir lista de temas de impacto a																									X	X										

Producto	#	Actividades	2023																								2024															
			Junio				Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero											
			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV								
		evaluar en la materialidad																																								
	15	Validar la información sistematizada con la Comisión de Sostenibilidad COLPER																																								
	16	Realizar cambios solicitados (si aplica)																																								
	17	Definir lista de temas de impacto a evaluar con sus respectivas definiciones																																								
Análisis de materialidad	18	Investigar posibles metodologías para el análisis de materialidad																																								
	19	Seleccionar/diseñar la herramienta para el análisis de materialidad																																								
	20	Definir los criterios de evaluación																																								
	21	Validar herramienta con la Comisión																																								

Producto	#	Actividades	2023																								2024											
			Junio				Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero							
			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV				
Sostenibilidad COLPER		Sostenibilidad COLPER																																				
	22	Realizar cambios solicitados (si aplica)																																				
	23	Aplicar la herramienta de materialidad																																				
	24	Analizar los resultados de la materialidad y definir los temas materiales																																				
	25	Validar la información con la comisión de Sostenibilidad y Junta Directiva COLPER																																				
	26	Enlistar los temas materiales definitivos con su respectiva definición																																				
Definición de la estrategia de sostenibilidad	27	Organizar los temas materiales en ejes/ pilares de la estrategia de sostenibilidad																																				
	28	Describir cada eje/pilar																																				

Referencias

- Accountability. (2006). De las palabras a la acción, el compromiso con los stakeholders. En AccountAbility, *Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés*.
- Accountability. (2018). AA1000. *Principios de Accountability*. España.
- Alhaddi, H. (2015). Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature review. (R. Publishing, Ed.) *Business and management studies*, Vol.1(2), 5. doi:10.11114/bms.v1i2.752.
- Alsina, R. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*, (44), 225-239. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2019000100225&lang=es.
- American Andragogy University. (2022). *¿Qué es la comunicación y cuál es su importancia?* American Andragogy University. <https://www.aauniv.com/s/blog/que-es-la-comunicacion-y-su-importancia/amp/>.
- Arce, I. (2004). La colegiatura obligatoria al colegio de abogados como requerimiento para ejercer el derecho en Costa Rica. *Revista de Ciencias Jurídicas*. <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/juridicas/article/viewFile/13345/14367>.
- Asela, S. (2002). *Enfoques metodológicos en la Investigación educativa*. Investigación Administrativa Escuela Superior de Comercio y Administración-Unidad Santo Tomás. <https://www.ipn.mx/assets/files/investigacion-administrativa/docs/revistas/90/ART2.pdf>.
- Asociacion de Periodistas de Madrid. (2022). *Asociación de Periodistas de Madrid-España*. Folleto de información Asociación de periodistas. https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/04/FOLLETOAPM_V9_baja.pdf.
- Asociación Empresarial para el Desarrollo AED. (2016). *Guía práctica para el relacionamiento estratégico con la comunidad-Aspectos básicos sobre comunidad y empresa*. Dimensión social. <https://www.aedcr.com/recurso/publicaciones/guia-practica-para-el-relacionamiento-estrategico-con-la-comunidad>.
- Bohórquez, G. (2013). Reflexión sobre el ejercicio del comunicador social y periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la profesión. *Revista Aportes*, 12.

- Bom-Camargo, Y. I. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Socia*, 1-16.
- Camacho, M. (2021). *Manual de integración de los sistemas de gestión de calidad, ambiente y salud y seguridad laboral al sistema de gestión de responsabilidad social*. [Tesis de Maestría de Responsabilidad Social y Sostenibilidad]. Repositorio de la Universidad Nacional de Costa Rica. <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/22818>.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza editorial.
- CEPAL. (2000). *Acerca de los ODM*. La Cumbre del Milenio. <https://www.cepal.org/es/temas/objetivos-de-desarrollo-del-milenio-odm/acerca-odm>.
- CEPAL. (2017). *Foro ALC 2030*. El rol del sector privado en la implementación de la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. https://foroalc2030.cepal.org/2017/sites/foro2017/files/el_rol_del_sector_privado_en_la_implementacion_de_la_agenda_2030_para_el_desarrollo_sostenible_0.pdf.
- CEPAL. (s.f.). *Río +20 el Futuro que queremos*. Implementación de Río+20. <https://www.cepal.org/rio20/es/antecedentes>.
- Colegio de Periodistas de Catalunya. (2023). *Colegio de Periodistas de Catalunya Barcelona-España*. Quienes somos. <https://www.periodistes.cat/>.
- COLPER. (2019). *Organigrama institucional Colegio de Periodistas de Costa Rica*. Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica. https://colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=18.
- COLPER. (2019). *Quienes somos*. COLPER: Relacionamiento con el COLPER.
- COLPER. (2023). *Hacia un COLPER sostenible y en armonía con los ODS*. Plan de trabajo de la Junta Directiva. <https://colper.or.cr/userfiles/file/docsJD/Sostenibilidad.pdf>.
- COLPER. (2023). *Plan Estratégico Junta Directiva 2023-2024*. Junta Directiva. <https://colper.or.cr/userfiles/file/docsJD/Plan%20Estrategico%20Junta%20Directiva%202023%20-2024.pdf>.
- COLPER. (s.f.). *Reglamento del Colegio de Periodistas de Costa Rica N°35599*. Reglamentos del COLPER. https://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/dreglamentos/reglamento_ley_colper.pdf.

- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks. The Triple Bottom Line of 21st Century business. Oxford: Capstone Publishing Limited.*
- FAO. (s.f). *La comunicación clave para el desarrollo humano.* FAO. <https://www.fao.org/3/t1815s/t1815s00.htm>.
- Federación Nacional de Prensa Italiana. (2023). *Federación Nacional de Prensa Italiana. Quienes somos y nuestra estructura.* <https://www.fnsi.it/chi-siamo>.
- Fondo de Mutualidad COLPER. (2021). *Fondo de Mutualidad del COLPER. Quienes Somos.* <https://fondodemutualidad.colper.or.cr/nosotros/>.
- Freeman, E. y McVea, J. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management.* https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263511.
- Galiano, J. P. (2008). *Por qué y cómo planificar la RSC en ADIF, El modelo de empresa del siglo XXI: Hacia una estrategia competitiva y sostenible.* En e. G. Revilla y C. Camisón, *El modelo de empresa del siglo XXI: Hacia una estrategia competitiva y sostenible.* Forética. https://foretica.org/wp-content/uploads/publicaciones/libros-conclusiones-cursos-verano/libro_recopilatorio_curso_verano_2007_estrategia_competitiva_sostenible.pdf.
- Gómez, M. d. (2009). La comunicación empresarial: objetivo mayoritario de los manuales de divulgación. *Revista Electrónica De Estudios Filológicos*, (18) https://www.um.es/tonosdigital/znum18/secciones/estudio-11-comunicacion_empresarial.htm.
- González, M. (2016). Lenguajes de los poderes, Lemas y eslóganes institucionales en su capacidad de pensarnos ¿Y las Universidades? (U. d. Medellín, Ed.) *EL ÁGORA USB*, 22. <http://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/4077/407755354011.pdf>.
- GRI. (2016). *Defining What Matters.* Do companies and investors agree on what is material. <https://www.comunicarseweb.com/sites/default/files/gri-definingmateriality2016.pdf>.
- GRI. (2022). *GRI 3. Temas Materiales 2021.* <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-spanish-translations/>.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Primera Edición ed., Vol. Primera Edición). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. doi:978-1-4562-6096-5.

- IFRS Foundation. (Junio de 2023). *Professional & Commercial Services Sustainability Accounting Standard*. Obtenido de SASB Standards: <https://sasb.org/standards/download/>.
- Innocent, O. (2014). Triple Bottom Line Accounting And Sustainable Corporate. *Research Journal of Finance and Accounting*, 195-210. Triple Bottom Line Accounting And Sustainable Corporate. <https://core.ac.uk/download/pdf/234629901.pdf>.
- INTECO. (2010). Gestión y calidad. *Guía de responsabilidad social. [Esta norma nacional es idéntica (IDT) a la norma internacional ISO 26000:2010 "Guidance on social responsibility"]*. Primera Edición. Secretaría INTECO.
- INTECO. (2010). *Guía de responsabilidad social*. (Primera Edición ed., Vol. 01). (INTECO, Ed.). INTECO.
- INTECO. (2010). *INTE/ISO 26000:2010 Guía de responsabilidad social*. INTECO.
- ISO. (2010). *ISO 26000:2010*. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>.
- Koontz, H. y Heinz, W. (2012). *Administración de una Perspectiva Global y Empresarial* (4 ed.). Mcgraw-Hill/Interamericana Editores S.A. De C.V. doi:ISBN 978-607-15-0759-4.
- KPMG. (2014). The essentials of materiality assessment. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2014/10/materiality-assessment.pdf>.
- Lopez, A. (2004). *Estrategias de Sostenibilidad: Pocas noticias, pero sustanciales lecciones*. <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/7773>.
- Matamoros, J. (2020). De la importancia social de los Colegios Profesionales. *Nación.com*. <https://www.nacion.com/gnfactory/brandvoice/2020/de-la-importancia-social-de-los-colegios-profesionales/index.html?fbclid=IwAR2VekLzS8s0UQ-hMp>.
- MEIC. (2017). *Política Nacional de Responsabilidad Social 2017-2030*. MEIC.
- Miranda, U. y Acosta, Z. (2008). *Fuentes de Información para la recolección de Información cualitativa y cuantitativa*. Docencia de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica. <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>.

- Molina, A., Roque, L., Garcés, B., Rojas, Y. y Selín, M. D. (2015). *El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información*. *MediSur*, 13(4), 481-493. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2015000400004.
- Mory, E. (2011). *Estrategias de responsabilidad social empresarial*. F.M Inversiones.
- Naciones Unidas. (1987). *Asamblea General Cuadregésimo segundo período de sesiones*. Desarrollo y Cooperación Económica internacional: Medio Ambiente. https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf.
- Naciones Unidas. (2012). *La Sostenibilidad del Desarrollo a 20 años de la Cumbre para la Tierra*, LC/L.3346/Rev.1. (N. Unidas, Editor). Avances, brechas y lineamientos para América Latina y el Caribe. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1426/S1100456_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Naciones Unidas. (s.f). *La Agenda para el Desarrollo Sostenible*. 17 objetivos para las personas y para el planeta. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>.
- Otero, A. (2018). *Enfoques de Investigación*. doi:326905435.
- Pacto Mundial. (2013). *Creando la arquitectura post 2015 de compromiso empresarial*. https://pactoglobal.org.ar/wp-content/uploads/2015/02/Arquitectos_Futuro_Mejor_2013.pdf.
- Procuraduría General de la República. (1969). *Ley Orgánica del Colegio de Periodistas de Costa Rica*. Sistema Costarricense de Información Jurídica. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=36888#:~:text=Art%C3%ADculo%201%2D%20Se%20crea%20el,que%20pueda%20establecer%20sedes%20regionales.
- Procuraduría General de la República. (2021). *Reforma Ley Orgánica del Colegio de Periodistas de Costa Rica N°10042*. Sistema Costarricense de Información Jurídica. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=95352.
- Real Academia Española. (2023). Comunicación. <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>
- Rodriguez, A. Y. (2022). Guía de excel Taller Stakeholders. *Clase Stakeholders Maestría Responsabilidad Social y Sostenibilidad*.

- Sáenz, M. F. (2023). *Diseño de una herramienta para elaboración de reportes de sostenibilidad organizacional*. Escuela de Ingeniería Ambiental-Tecnológico de Costa Rica. <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/14565>.
- Şener, İ., Varoğlub, A. y Karapolatgil, A. A. (2016). *Science Direct*. Sustainability Reports Disclosures: Who are the Most Salient Stakeholders? <https://pdf.sciencedirectassets.com/277811/1-s2.0-S1877042816X00213/1-s2.0-S1877042816315622/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEGcaCXVzLWVhc3QtMSJGMEQCIHBLdJFiLVTxgOjszZGv%2BDoRwE6LsF4CHrk5CEYz%2FQgTAiAaeHXb5VSgN1QhvD3i68BnJ84gK19hCa%2Bh%2BHbC>.
- S&P Global. (2022). *The Sustainability Yearbook 2022 Long-term sustainability risks require near-term action*. Obtenido de S&P Global: [spglobal.com/esg/csa/yearbook/](https://www.spglobal.com/esg/csa/yearbook/).
- Solano, N. (2023). Consulta de Estrategia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social CFIA. (A. Q. Andrea Acuña, Entrevistador).
- Solís, C. (2020). El periodista como comunicador estratégico: ¿un nuevo mito del periodismo? *Perspectivas de la comunicación*, 13(2), 73-103. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48672020000200073&lang=es.
- The Associated Press. (2023). *Acerca de Associated Press*. Associated Press: <https://www.ap.org/about/>.
- UNESCO. (2013). *Textos fundamentales de la Convención del 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/article_18es.pdf.
- UNESCO. (2017). *La enseñanza del periodismo para el desarrollo sostenible*. https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000259263&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_dc01f17d-d2d4-4cdb-a978-68553b160b42%3F_%3D259263spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/p.
- UNESCO. (2021). Periodistas y salud mental: entre la función social y sus necesidades de atención. *Noticias UNESCO*. <https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcde>

f_0000259263&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_dc01f17d-d2d4-4cdb-a978-68553b160b42%3F_%3D259263spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/p.

Universidad Nacional de la Plata. (2020). *El rol del comunicador- El Perfil del consumidor*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wp-content/uploads/sites/23/2020/03/El-rol-del-comunicador.pdf>.

Vallejo, M. (2023). Estrategia Sostenibilidad Curso de Maestría. *Escuela de Relaciones Internacionales Maestría de Responsabilidad Social y Sostenibilidad*. San José, San José, Costa Rica.

Vidales, C. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y sociedad*, (23), 11-43. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100002.