

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

INSTITUTO IDAT
CARRERA DE COMPUTACIÓN E INFORMÁTICA

Plan de Responsabilidad Social para la Empresa Digitalia TEC

CURSO: Medio ambiente y Responsabilidad Social

PROFESOR: Freddy Enrique Prada Camero

ALUMNO: Josué Samuel Pérez Malca

Lima, 13 de Abril del 2025

Contenido

1.	Introducción.....	3
1.1.	Misión y visión	3
1.2.	Matriz DAFO.....	3
1.3.	Marketing Mix (7P's).....	4
2.	Generalidades	6
2.1.	Planteamiento del problema.....	6
2.2.	Objetivos del proyecto.....	7
3.	Identificación de los Stakeholders y sus necesidades	8
3.1.	Reunión con la Gerencia.....	8
3.2.	Reunión con los empleados	8
3.3.	Identificación y diagnóstico de Stakeholders	9
4.	Lista de indicadores e informe de alternativas de solución (indicadores x objetivo). 11	
5.	Plan de implementación.....	12
5.1.	Cronograma	12
5.2.	Presupuesto	13
6.	Conclusiones.....	14

1. Introducción

En un entorno empresarial cada vez más orientado hacia la sostenibilidad y la ética, las empresas emergentes o *startups*, particularmente las del sector tecnológico, enfrentan el desafío de crecer e innovar sin desvincularse de su responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente. Por su naturaleza ágil y disruptiva, tienen un gran potencial para integrar prácticas sostenibles desde sus primeras etapas de desarrollo. No obstante, en la práctica, muchas de ellas priorizan el crecimiento económico y la innovación, dejando en segundo plano aspectos fundamentales como la equidad social, el impacto ambiental, la transparencia en la gestión y el compromiso con los grupos de interés.

Este trabajo se centra en DIGITALIA TEC SAC., una startup del rubro tecnológico que diseña e implementa soluciones digitales para optimizar procesos empresariales. Aunque su propuesta de valor se basa en la eficiencia y la innovación, hasta el momento no ha desarrollado una memoria de sostenibilidad que permita identificar, evaluar y comunicar su desempeño en términos sociales, ambientales y de gobernanza. Esto representa una oportunidad estratégica para incorporar la responsabilidad social como un eje transversal del modelo de negocio, contribuyendo así a su posicionamiento y legitimidad en el mercado.

El presente informe tiene como objetivo elaborar una memoria de sostenibilidad que refleje el compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible y los impactos derivados de sus operaciones digitales. Basado en los principios de la responsabilidad social corporativa (Comisión Europea, 2011) y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2015). Además, integra tanto las prácticas internas como los efectos externos generados por la actividad tecnológica de la startup. En el marco del curso de Responsabilidad Social, el trabajo busca evidenciar cómo la sostenibilidad puede incorporarse estratégicamente en empresas tecnológicas, no solo como un cumplimiento normativo, sino como una herramienta de generación de valor a largo plazo (Porter & Kramer, 2011), fortaleciendo la relación con los grupos de interés a través de una gestión ética y transparente.

1.1. Misión y visión

DIGITALIA TEC SAC., tiene como misión “utilizar la innovación y la tecnología para transformar el mundo, brindando soluciones digitales que generen un impacto tangible en la sociedad y en el éxito de sus clientes”.

Por otra parte, su visión es proyectarse como una empresa *Top of Mind* en el rubro de soluciones tecnológicas, buscando posicionarse como líderes en el mercado peruano. De igual forma, busca ser reconocida por su excelencia en la entrega de servicios digitales y su compromiso con la satisfacción del cliente.

1.2. Matriz DAFO

DEBILIDADES - Poco conocimiento e interés en el aspecto legal (laboral, comercial, gestión pública, entre otros) - Poca o nula presencia en redes sociales, tampoco trabajan con testimonios ni comunican debidamente su diferencial (impacto de su producto, perfiles con los que trabajan) - No mide el impacto hacia sus clientes, al menos que este lo exija. - Al no tener una estructura jerárquica clara, la medición del desempeño y productividad de los colaboradores es empírica. Incluso, pueden llegar a realizar tareas no correspondientes a su perfil.	AMENAZAS - El aumento de competencia en el rubro crece a ritmo acelerado. - Empresas con mayor conocimiento especializado dificulta el acceso a más clientes (licitaciones). - Entorno legal peruano muestra poco interés y desarrollo en el rubro tecnológico (transformación digital)
FORTALEZAS - Al ser de tamaño pequeño y jerarquía horizontal, el ambiente laboral es óptimo y atrayente para nuevos talentos. - Buena metodología para la captación de clientes (estudio previo sin costo adicional) - Se enfocan bastante en la experiencia del usuario mediante la co-creación y retroalimentación constante.	OPORTUNIDADES - Aliado estratégico de alto impacto (MAMBO), que permite captar clientes de mayor tamaño. - Gracias a la inteligencia artificial, se pueden potenciar el proceso de captación de clientes así como reducir los tiempos de entrega del servicio.

1.3. Marketing Mix (7P's)

1.3.1. Producto (Servicio)

DIGITALIA TEC SAC. ofrece soluciones tecnológicas a medianas y grandes empresas, con la finalidad de optimizar sus procesos en la cadena de valor.

1.3.2. Precio

Son variables y se fijan en base a criterios como: duración, posible impacto del producto (comercial, informativo, entre otros), recursos empleados.

1.3.3. Plaza

El producto es en realidad un servicio completamente digital, por lo que utiliza plataformas en línea (mayormente web y poco frecuente redes sociales). Es así como se asegura mayor cobertura y alcance de clientes. Además, optimiza la entrega de servicios.

1.3.4. Promoción

Básicamente, se dan a conocer por recomendaciones o el famoso “marketing de boca a boca”. No obstante, cuenta con una oportunidad de mejora tanto en redes sociales como la web. Se verifica presencia en *Instagram*, *Linked in* y “X” (antes *Twitter*). Ocasionalmente, asisten a eventos como aliados.

1.3.5. Procesos

DIGITALIA TEC SAC. cuenta con un enfoque ágil y orientado a resultados. Aunque su metodología está poco estructurada, se basa en tres pilares fundamentales:

- Entendimiento del cliente

- Estructuración del proyecto
- Implementación

1.3.6. Personas

Los protagonistas son sus colaboradores, también llamados “Diginautas”, quienes se enfocan en la innovación, trabajo colaborativo, aprendizaje continuo. De esta forma, velan por la buena experiencia del cliente.

1.3.7. Evidencia Física

Si bien sus productos son intangibles, han sabido evidenciarlo de la siguiente manera:

- Identidad de marca: Cuentan con una identidad corporativa sólida, que considera elementos como logo y paleta de colores. Asimismo, tiene claro su misión y visión, lo cual alinean a su cultura corporativa.
- Portafolio de trabajo: Su página web muestra de manera muy visual los trabajos que elaboraron y resaltan las empresas que forman parte de su cartera.
- Testimonio de clientes: Digitalia basa su promoción en las recomendaciones directas o por medios en línea (página web propia o del aliado)

2. Generalidades

2.1. Planteamiento del problema

Hoy en día, muchas empresas están dando importancia a la Responsabilidad Social. No obstante, pocas cuentan con el conocimiento para implementarlo, especialmente las pequeñas, medianas y start-ups.

En el caso de estas últimas, su rol se vuelve más relevante en la transformación digital y re-estructuración de modelos de negocio tradicionales. Sin embargo, pese a su dinamismo e innovación, la mayoría se enfoca en la captación de clientes así como desarrollo de productos. Por lo tanto, dejan de lado la incorporación de principios de sostenibilidad y responsabilidad social. Esto genera una problemática significativa, ya que el impacto social, ambiental y ético no siempre son visibilizadas o gestionadas de manera estratégica.

Para DIGITALIA TEC SAC., que se dedica a implementar soluciones digitales para optimizar procesos empresariales, se verifica que aún no se ha elaborado una memoria formal de sostenibilidad. Esta ausencia limita la capacidad de la organización para tomar decisiones informadas, generar confianza entre sus grupos de interés, al igual que posicionarse como una empresa innovadora tanto lo tecnológico, como lo ético y social.

Consecuentemente, se vuelve necesario diseñar y desarrollar un reporte de sostenibilidad que documente las prácticas actuales de la empresa. Mas aún, proponga líneas de acción concretas para fortalecer su responsabilidad social, de manera que pueda contribuir al desarrollo sostenible y generación de valor a largo plazo.

2.2. Objetivos del proyecto

El presente trabajo plantea los siguientes objetivos:

2.2.1. General

Elaborar una memoria de sostenibilidad que refleje el compromiso social, ambiental y ético para DIGITALIA TEC. De esta manera, se buscar sentar las bases para su implementación a largo plazo, promoviendo la transparencia y mejora continua en sus prácticas empresariales.

2.2.2. Específicos

- Identificar y registrar las acciones y políticas implementadas por la startup entre enero de 2024 y marzo de 2025 en materia de sostenibilidad, tales como eficiencia energética en el desarrollo de software, uso responsable de datos, diversidad en el equipo de trabajo y relaciones con clientes bajo criterios éticos.
- Medir el impacto social y ambiental de las soluciones tecnológicas ofrecidas por la startup, mediante indicadores como la reducción del consumo de recursos en clientes (tiempo, papel, energía), mejora en la eficiencia operativa y accesibilidad tecnológica.
- Establecer metas concretas de mejora sostenible para el período abril 2025 - marzo 2026, tales como: reducir en un 15% la huella digital asociada al funcionamiento de los servidores propios y/o servicios en la nube; aumentar en un 25% la participación de mujeres y disidencias en roles técnicos y de liderazgo; y fomentar alianzas con al menos tres organizaciones con fines sociales o ambientales.
- Diseñar y proponer un sistema interno de monitoreo y evaluación de las prácticas sostenibles de la empresa, que permita el seguimiento semestral del cumplimiento de los compromisos sociales, ambientales y de gobernanza (ESG), así como la retroalimentación con los grupos de interés.
- Comunicar los avances en sostenibilidad mediante la publicación del reporte en plataformas digitales de la empresa, con el objetivo de alcanzar a un mínimo del 60% de los clientes actuales y potenciales, y generar un aumento del 30% en el reconocimiento de la marca como una empresa tecnológicamente responsable hacia finales de 2025.

3. Identificación de los Stakeholders y sus necesidades

3.1. Reunión con la Gerencia

Objetivo: Alinear la visión de la gerencia con los objetivos de sostenibilidad y RSE de la empresa, asegurando que la implementación del plan se ajuste a la cultura organizacional y los intereses del negocio.

Participantes:

- Adrián Torrejón (dueño legal)
- César Cortez (socio)
- Raúl del Mar (socio)

Puntos clave discutidos:

- **Inicial falta de interés:** Inicialmente, la gerencia mostró poco interés en la RSE, considerando que el crecimiento económico y la innovación eran los focos principales. Sin embargo, se acordó que incorporar prácticas de **sostenibilidad** ahora podría ser una **ventaja competitiva** que les permitirá mejorar la **imagen corporativa** y acceder a mercados más conscientes de la responsabilidad social.
- **Estrategia a largo plazo:** Aunque no estaban inicialmente convencidos, se discutió que un **compromiso genuino con la sostenibilidad** podría ser un eje clave para la **legitimidad** de la empresa en el mercado, generando **confianza** entre clientes y aliados estratégicos.
- **Alineación con los ODS:** Después de profundizar en cómo las acciones de RSE podrían alinearse con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, la gerencia mostró mayor interés en cómo sus productos y procesos podrían tener un **impacto positivo** en la sociedad y el medio ambiente, lo cual les parecía relevante a nivel estratégico.
- **Futuro sostenible:** Se acordó que integrar la sostenibilidad de manera **innovadora**, aprovechando las tecnologías que ya usan, podría generar beneficios tanto para la empresa como para la comunidad.
- **Enfoque hacia ONGs:** Además, la gerencia expresó su deseo de **ser más atractivos para las ONGs**, específicamente para la nueva iniciativa "**Mi ONG feliz**", que busca multiplicar el impacto de las organizaciones sociales mediante **tecnología**. Esta iniciativa puede ser una oportunidad para **Digitalia TEC** de involucrarse con proyectos **sociales**, alineando la sostenibilidad con el desarrollo tecnológico, y ofreciendo su experiencia en soluciones digitales para mejorar el trabajo de estas organizaciones.

3.2. Reunión con los empleados

Objetivo: Asegurar que los empleados comprendan los objetivos de la RSE y estén comprometidos con las prácticas de sostenibilidad que la empresa planea implementar.

Participantes:

- Edwin Ordoñez (27 años): Desarrollador frontend con fuerte enfoque en tecnología web y analítica.
- Ashtin Sotelo (23 años): Analista web con enfoque reciente en desarrollo frontend.

Puntos clave discutidos:

- **Falta de interés inicial:** Al principio, tanto **Edwin** como **Ashtin** mostraron cierto escepticismo respecto a los beneficios de integrar la RSE en sus actividades diarias. Sin embargo, al comprender que **la analítica web y el desarrollo frontend** podrían ser utilizados para medir el **impacto de la sostenibilidad**, se entusiasmaron con la idea de aplicar sus habilidades en proyectos que tuviesen una **repercusión social y ambiental positiva**.
- **Motivación por el impacto:** Aunque inicialmente los temas de sostenibilidad no formaban parte de su enfoque laboral, ahora se sienten motivados por la idea de que sus proyectos no solo afecten la **experiencia del usuario**, sino que también puedan contribuir al **bienestar social** y la **preservación del medio ambiente**.
- **Involucramiento directo:** Ambos empleados reconocieron que, como parte del equipo encargado de la creación de **herramientas de monitoreo** y el **dashboard de sostenibilidad**, podrían tener un rol importante en la medición y la comunicación de los resultados de las acciones RSE de la empresa.
- **Atracción hacia ONGs:** También se discutió el **deseo de la empresa de atraer ONGs como clientes**, y cómo podrían involucrarse directamente con la **iniciativa "Mi ONG feliz"**. Esto les motivó aún más, ya que **Edwin y Ashtin** valoran mucho la **aplicación tecnológica para el impacto social**, y ven una oportunidad para utilizar sus habilidades para ayudar a multiplicar el impacto positivo de las ONGs mediante la **tecnología**.

3.3. Identificación y diagnóstico de Stakeholders

Para identificar los stakeholders de DIGITALIA TEC SAC., se empleó una metodología basada en el modelo de Mendelow, considerando dos dimensiones fundamentales: el nivel de poder y el grado de interés que poseen frente a las actividades de la organización (Mendelow, 1991). De este modo, se prioriza los actores clave y definir estrategias de comunicación y gestión adecuadas.

Asimismo, se incorporaron marcos normativos de referencia como es la norma ISO 26000 sobre responsabilidad social, que establece principios orientadores para el reconocimiento de los grupos de interés y su involucramiento efectivo (ISO, 2010). De igual manera, se incluyeron los Estándares GRI (*Global Reporting Initiative*), que ofrecen lineamientos específicos para la identificación de partes interesadas relevantes en el contexto de la elaboración de informes de sostenibilidad (GRI, 2021).

Todo ello, permitió realizar un análisis comprensivo y alineado con las buenas prácticas internacionales en materia de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa.

STAKEHOLDER	ROL	NIVEL DE INFLUENCIA	NIVEL DE INTERÉS
Colaboradores	Son el motor del negocio, porque permiten el buen funcionamiento de la start-up	Medio-Alto	Alto
Clientes	Determinan el éxito comercial, ya que son usuarios directos	Alto	Alto
Aliados estratégicos (Mambo)	Proporcionan peso para mejorar el alcance y captación de clientes	Media-Alto	Medio
Entorno legal	Permiten el correcto funcionamiento de la empresa	Alto	Bajo
Usuarios finales indirectos	Colaboradores de los clientes, que emplean los productos	Medio-Bajo	Medio

En base a ello, se plantean las siguientes estrategias:

STAKEHOLDER	ESTRATEGIA
Colaboradores	Involucrar constantemente: fomentar bienestar, diversidad, propósito compartido
Clientes	Gestionar activamente: mantener comunicación continua, personalización, soporte RSE
Aliados estratégicos	Mantener satisfechos: reportes periódicos, evidencia de impacto y valor sostenible
Entorno legal	Cumplimiento y transparencia: asegurar legalidad, mantener informado a los clientes internos y externos.
Usuarios finales indirectos	Informar y escuchar: diseñar soluciones éticas, accesibles y sin sesgos tecnológicos

4. Lista de indicadores e informe de alternativas de solución (indicadores x objetivo)

Objetivo Específico	Solución Propuesta	Indicadores	Meta
1. Identificar y registrar las acciones y políticas sostenibles (desarrollo, datos, diversidad)	- Crear un repositorio de políticas internas de sostenibilidad - Sensibilizar al equipo mediante talleres	- N° de políticas sostenibles registradas	- Registrar al menos 3 políticas internas
		- % de colaboradores que conocen estas políticas	- Que el 80% de los colaboradores conozcan las políticas (medido por encuesta)
		- N° de sesiones de capacitación realizadas	- Realizar 2 sesiones en el primer semestre
2. Medir el impacto social y ambiental de las soluciones tecnológicas	- Incluir análisis de impacto en entregables - Encuestar a clientes clave	- N° de entregables con análisis de impacto	- Incluir análisis en el 100% de proyectos nuevos desde abril 2025
		- % de reducción de recursos en clientes (papel, tiempo, energía)	- Lograr al menos un 10% de reducción en uso de recursos en 3 clientes piloto
		- Nivel de satisfacción del cliente	- Obtener un puntaje promedio de 8/10 en satisfacción de clientes
3. Establecer metas concretas de mejora sostenible (2025-2026)	- Crear dashboard interno de sostenibilidad - Programa de inclusión - Alianzas con ONGs	- % de cumplimiento de metas anuales	- Cumplir al menos 3 de 4 metas anuales propuestas
		- % de participación de mujeres/disidencias	- Aumentar participación femenina en roles técnicos a 25%
		- N° de alianzas activas	- Firmar 2 alianzas con ONGs o iniciativas sociales
4. Diseñar un sistema interno de monitoreo y evaluación ESG	- Crear dashboard ESG con actualización semestral - Realizar reuniones con stakeholders	- N° de actualizaciones al año	- Actualizar el dashboard 2 veces por año
		- N° de reuniones realizadas	- Realizar 1 reunión semestral con stakeholders clave
		- N° de acciones correctivas implementadas	- Implementar al menos 2 mejoras por año basadas en retroalimentación
5. Comunicar los avances en sostenibilidad y mejorar el reconocimiento de marca	- Publicar memoria en RRSS y web - Campaña de comunicación interna/externa	- N° de visualizaciones	- Alcanzar al menos 200 visualizaciones de la memoria
		- % de clientes alcanzados	- Llegar al 60% de los clientes actuales vía mailing o redes
		- Reconocimiento de marca	- Incrementar en 30% el reconocimiento de marca en encuesta interna o Google Analytics (branding search o tráfico directo)

5. Plan de implementación

5.1. Cronograma

Para su elaboración, se considera un tiempo aproximado de 2.5 – 3 meses, teniendo en cuenta las siguientes etapas:

- Evaluación
- Desarrollo
- Implementación
- Evaluación de resultados
- Seguimiento

Dividido en sus respectivos ítem, quedaría de la siguiente manera:

Etapas	Actividad	Duración (días)
Planificación	Reunión de alineación con la gerencia para definir los objetivos y responsabilidades	10
	Identificación de los principales stakeholders de la empresa (internos y externos)	
	Elaboración de un mapa de stakeholders	
	Definición de los indicadores clave de RSE para el monitoreo	
Desarrollo	Encuestas y entrevistas con los stakeholders para comprender sus expectativas y necesidades	17
	Crear el repositorio de políticas sostenibles (políticas medioambientales, sociales, de inclusión, etc.)	
	Desarrollar un dashboard de sostenibilidad para monitorear los indicadores de impacto	
	Establecer alianzas con ONGs o iniciativas sostenibles que sean relevantes para la empresa	
Implementación	Implementación de capacitación interna sobre RSE para todos los colaboradores (con énfasis en la cultura de sostenibilidad)	15
	Lanzamiento de la campaña de comunicación interna sobre las nuevas políticas de RSE	
	Actualización de la página web y redes sociales con los nuevos compromisos y acciones de RSE	
	Iniciar el uso del dashboard de sostenibilidad para hacer seguimiento a las métricas	
	Reunión de seguimiento con stakeholders clave	
Evaluación de resultados	Revisión de los resultados obtenidos durante el período de implementación (impacto social, ambiental y económico)	15
	Análisis de los indicadores de sostenibilidad, como la reducción de huella de carbono, participación de mujeres en roles técnicos, y satisfacción del cliente	
	Encuestas internas a los colaboradores para evaluar su percepción del cambio	
	Retroalimentación con los stakeholders a través de entrevistas o grupos focales	
Seguimiento	Monitoreo continuo de los indicadores a través del dashboard	30
	Reuniones semestrales con los stakeholders para discutir avances y áreas de mejora	
	Implementación de acciones correctivas si se detectan brechas	
	Publicación de la memoria de sostenibilidad en la web y redes sociales	
	Campaña de comunicación interna y externa sobre los avances y logros en RSE	

5.2. Presupuesto

De manera inicial, se propone un presupuesto de S/ 13,600 soles (trece mil seiscientos), dividido de la siguiente manera:

Concepto	Cantidad / Detalle	Unidades	Costo total (S/.)
Diagnóstico y recolección de datos	Encuestas, entrevistas, análisis interno	1	1,500
Consultoría especializada en RSE	Asesoría externa (2 sesiones)	2	2,000 (1,000 c/u)
Diseño de dashboard de sostenibilidad	Creación del sistema de indicadores internos	1	2,500
Capacitaciones internas	3 talleres para el equipo (más personas)	3	1,200 (400 c/u)
Diseño y publicación de informe final	Formato gráfico, redacción y maquetación digital	1	2,000
Campaña de comunicación	Diseño de piezas gráficas + difusión en RRSS	1	2,000
Plataformas y licencias	Herramientas digitales, encuestas, analítica web	1	1,000
Imprevistos / fondo de contingencia	10% del total estimado	—	1,400
TOTAL APROXIMADO	—	—	13,600

6. Conclusiones

El desarrollo e implementación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para **Digitalia TEC** tiene como propósito fortalecer el compromiso de la empresa con los **principios de sostenibilidad**, tanto en el ámbito **social** como **ambiental**. A través de este plan, la empresa no solo busca cumplir con las exigencias del mercado, sino también posicionarse como un referente en el uso ético de la tecnología, contribuyendo al bienestar social y ambiental de la comunidad.

Los principales logros esperados del plan son:

1. **Integración de la sostenibilidad en los procesos internos:** Con la creación de políticas sostenibles que contemplan la eficiencia energética, la inclusión y el uso responsable de los datos, Digitalia TEC podrá fortalecer su compromiso con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, reflejando una postura activa frente a los desafíos globales.
2. **Monitoreo constante del impacto:** La implementación de un **dashboard de sostenibilidad** permitirá realizar un seguimiento continuo de los indicadores clave, asegurando la **transparencia** y la **mejora continua** en las áreas de impacto social y ambiental. Esto fomentará una cultura organizacional más responsable y eficiente.
3. **Fortalecimiento de las relaciones con los stakeholders:** La identificación y el compromiso con los **grupos de interés** clave, como colaboradores, clientes y aliados estratégicos, son esenciales para mejorar la comunicación y generar un impacto real a largo plazo. Además, la creación de alianzas con organizaciones sociales y ambientales contribuirá a expandir las iniciativas de sostenibilidad.
4. **Mejora del reconocimiento de marca:** Con la publicación periódica de la memoria de sostenibilidad y las **acciones de comunicación externa**, se espera aumentar el reconocimiento de **Digitalia TEC** como una empresa **responsable y comprometida** con la ética empresarial, tanto en el mercado local como en el sector tecnológico global.
5. **Plan de acción a largo plazo:** El monitoreo semestral y la evaluación continua permitirán ajustar las estrategias según las necesidades y desafíos emergentes, asegurando que las metas de sostenibilidad se mantengan alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa en los próximos años.

En resumen, la implementación de este Plan de RSE no solo mejorará la **reputación** y la **competitividad** de **Digitalia TEC**, sino que también permitirá a la empresa asumir un papel proactivo en la construcción de un **futuro sostenible**, promoviendo el bienestar social, la inclusión y la preservación del medio ambiente.