



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL TALLER
ARTESANAL “TEXTILES TABANGO”, DE LA CIUDAD DE OTAVALO**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración eficiente y eficaz de las organizaciones para la competitividad sostenible y
global.

AUTORA: KAREN GIOVANNA ALARCÓN GUERRA

ASESOR: SIXTO RAÚL MANOSALVAS SÁNCHEZ

IBARRA, SEPTIEMBRE – 2019

Ibarra, 09 de Septiembre de 2019

Mgs. Sixto Raúl Manosalvas Sánchez
ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f.)


Mgs. Sixto Raúl Manosalvas Sánchez

C.C.: 1002629291

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 

Mgs. Sixto Raúl Manosalvas Sánchez

C.C.: 1002629291

(f): 

Mgs. Sandra Landázuri

C.C.: 0400898276.

(f): 

Mgs. Daniela Batallas

C.C.: 1002849337

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Karen Giovanna Alarcón Guerra, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 09 de Septiembre de 2019

f): 

Karen Giovanna Alarcón Guerra

C.C.: 100462437-3

AUTORÍA

Yo, Karen Giovanna Alarcón Guerra, portador de la cédula de ciudadanía N° 100462437-3, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): 

Karen Giovanna Alarcón Guerra

C.C.: 1004624373-3

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo: Karen Giovanna Alarcón Guerra, con CC: 100462437-3, autor del trabajo de grado intitulado: PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL TALLER ARTESANAL “TEXTILES TABANGO”, DE LA CIUDAD DE OTAVALO, previo a la obtención del título profesional de Ingeniera Comercial en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 09 de Septiembre de 2019

(f.)... 

Karen Giovanna Alarcón Guerra

C.C. 1004624373-3

DEDICATORIA

Con mucho cariño dedico esta tesis a mis padres quienes siempre estuvieron brindándome su apoyo incondicional, quienes han sabido guiarme tanto en los momentos fáciles como en los difíciles y gracias a ustedes por permitirme cumplir con este sueño anhelado.

A mi madre por ser mi mejor amiga incondicional la cual siempre está a mi lado brindándome palabras de aliento para no decaer y tener siempre sus brazos abiertos para brindarme soporte ante momentos difíciles.

A mi padre y a mi hermano por las palabras de aliento en los momentos que más los necesitaba.

A mi abuelita Cumandá, por apoyarme en el transcurso de mi carrera y ser parte de mi logro profesional.

A mi niña que está en camino, el motor más grande para seguir adelante.

Karen Giovanna Alarcón Guerra

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme humildad, conocimiento y perseverancia necesaria para culminar con éxito el trabajo de investigación. A la prestigiosa Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, por abrirme las puertas para formarme profesionalmente. A la Escuela de Negocios y Comercio Internacional y a sus docentes, en especial al Msc. Sixto Manosalvas por haber brindado su tiempo, y el conocimiento necesario para la elaboración del trabajo de investigación, así como las recomendaciones necesarias para el éxito de mi trabajo.

Al Sr. Andrés Tabango quien me abrió las puertas de su empresa, para la realización de mi trabajo de investigación, así como la ayuda prestada en la solicitud de información necesaria de la empresa.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	XIV
ABSTRACT.....	XV
INTRODUCCIÓN	XVI
1. ESTADO DEL ARTE	1
1.1. Responsabilidad Social Empresarial	1
1.2. Responsabilidad Social Empresarial y su Evolución	2
1.3. La Responsabilidad Social Empresarial y la Filantropía.....	4
1.4. Responsabilidad Social Empresarial y la Ética	5
1.5. Diferencia entre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	6
1.6. La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y América Latina	8
1.7. Organismos que promueven la Responsabilidad Social Empresarial	9
1.8. Triple Cuenta de Resultados.....	11
1.9. Modelos de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial	13
1.10. Stakeholders.....	16
1.11. Matriz de Materialidad.....	17
1.12. Estructura del Plan de Responsabilidad Social Empresarial	18
1.13. Industria Textil.....	20

1.14.	Impactos de la Industria Textil	22
2.	MATERIALES Y MÉTODOS	24
2.1.	Enfoques	24
2.2.	Método.....	25
2.3.	Alcance	26
2.4.	Técnicas	26
2.5.	Instrumentos	27
2.6.	Población y muestra	27
3.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
3.1.	Resultados.....	32
3.2.	Discusión	44
4.	PROPUESTA.....	47
4.1.	Macro y micro localización	47
4.2.	Misión.....	49
4.3.	Visión	49
4.4.	Plan de RSE.....	49
4.5.	Comunicación y Difusión de Resultados del Plan de Responsabilidad Social Empresarial.....	84
5.	CONCLUSIONES	86

6. RECOMENDACIONES.....	88
7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	89
8. CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO.....	93
9. ANEXOS	94
9.1. Anexos I. Plan de Trabajo de Titulación (Anteproyecto).....	94
9.2. Anexo II. Entrevista realizada al Gerente de la Empresa.	114
9.3. Anexo III. Encuesta y Tabulación de Trabajadores	120
9.4. Anexo IV. Encuesta y Tabulación de los Clientes	131
9.5. Anexo V. Encuesta y Tabulación de Comunidad.....	142
9.6. Anexo VI. Empresa NATU-RESOURCES (Capacitación)	147
9.7. Anexo VII. Empresa INDURA Equipo de Protección Individual	148

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Análisis PESTEL.....	40
Figura 2 Mapa del Cantón Otavalo.....	47
Figura 3 Mapa de Parroquias Urbanas de Otavalo	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Área Artesanal Nacional.....	22
Tabla 2 Porcentaje de Población por Comunidades	28
Tabla 3 Población por cada comunidad.....	29
Tabla 4 FODA.....	41
Tabla 5 Matriz de Materialidad.....	42
Tabla 6 Presupuesto Navidad.....	51
Tabla 7 Presupuesto Caminata.....	52
Tabla 8 Presupuesto Aniversario	53
Tabla 9 Actividades Día de Familia.....	54
Tabla 10 Presupuesto Día de Familia	55
Tabla 11 Ejercicios Pausas Activas	57
Tabla 12 Presupuesto Capacitación SSO	71

Tabla 13 Clasificación Equipo de Protección Personal	72
Tabla 14 Presupuesto EPI	73
Tabla 15 Comunicación - Grupo de Interés	76
Tabla 16 Resumen del Plan de RSE	80
Tabla 17 Presupuesto Plan RSE.....	83
Tabla 18 Comunicación con el Grupo de Interés.....	85
Tabla 19 Política de RSE	120
Tabla 20 Ambiente Laboral	121
Tabla 21 Valores Amabilidad – Respeto	122
Tabla 22 Sueldo	123
Tabla 23 Seguridad y Salud	124
Tabla 24 Comunicación Jefes-Empleados	125
Tabla 25 Código de Comportamiento o Conducta	126
Tabla 26 Desarrollo Personal y Profesional.....	127
Tabla 27 Capacitaciones	128
Tabla 28 Beneficios de Ley	129
Tabla 29 Horario de Trabajo.....	130
Tabla 30 Productos de Calidad	131
Tabla 31 Precio Justo	132

Tabla 32 Atención al Cliente	133
Tabla 33 Quejas y Reclamos.....	134
Tabla 34 Contaminación Ambiental	135
Tabla 35 Campañas Responsables	136
Tabla 36 Erradicación de Problemas	137
Tabla 37 Publicidad Ética	138
Tabla 38 Resolver Quejas	139
Tabla 39 Productos Ambientales	140
Tabla 40 Productos Sociales	141
Tabla 41 Afectación a la Convivencia	142
Tabla 42 Apoyo Actividades Comunitarias	143
Tabla 43 Generación de Empleo	144
Tabla 44 Afectación a la Salud	145
Tabla 45 Beneficios a la Comunidad	146

RESUMEN

La inclusión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como parte de la ética empresarial de las organizaciones, permite generar conciencia, compromiso y cambio de cultura de las acciones que genera la empresa por su actividad económica minimizando sus impactos negativos para transformarlos en positivos, mostrando una imagen sostenible y generando una ventaja competitiva. La Responsabilidad Social Empresarial tiene como fin promover que las empresas realicen sus operaciones de manera ética, logrando la obtención de beneficios a un largo plazo, mejorando su imagen empresarial, el clima laboral, aumentando la eficiencia y eficacia. Además de enfatizar la parte ambiental, que consideran las empresas como un factor de gran relevancia para su conservación y cuidado, bajo estrategias alineadas al nivel empresarial.

Por lo cual es necesaria la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en el Taller Artesanal “Textiles Tabango” partiendo de los principios éticos, los cuales se verán plasmados en su actividad diaria, de igual manera logrará que sus colaboradores instauren relaciones interpersonales, y contribuyan al desarrollo social de la comunidad. En el estado del arte se han plasmado una serie de aspectos importantes que ayudan a la comprensión de la Responsabilidad Social Empresarial, desde la perspectiva de varios autores, para en lo posterior determinar la situación actual de la empresa que nos permita determinar las acciones correctivas y preventivas a ejecutar. Una vez realizado el respectivo diagnóstico de la empresa, se procede a realizar un plan de Responsabilidad Social Empresarial para el Taller Artesanal “Textiles Tabango, para lograr solucionar las problemáticas que han sido detectadas.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ética empresarial, principios y valores, transparencia, ventaja competitiva.

ABSTRACT

The inclusion of Corporate Social Responsibility (CSR) as part of the business ethics of organizations, allows to generate awareness, commitment and change of culture of the actions generated by the company for its economic activity minimizing its negative impacts to transform them into positive, showing a sustainable image and generating a competitive advantage. The Corporate Social Responsibility aims to promote companies to carry out their operations in an ethical manner, achieving long-term benefits, improving their business image, the work environment, increasing efficiency and effectiveness. In addition to emphasizing the environmental part, which companies consider as a factor of great relevance for their conservation and care, under strategies aligned to the business level.

Therefore, it is necessary to incorporate Corporate Social Responsibility in the “Textiles Tabango” Artisan Workshop, based on ethical principles, which will be reflected in their daily activity, and will also ensure that their collaborators establish interpersonal relationships, and contribute to social development of the community. In the state of the art, a series of important aspects that help the understanding of Corporate Social Responsibility have been reflected, from the perspective of several authors, to subsequently determine the current situation of the company that allows us to determine corrective actions and preventive to execute. Once the respective diagnosis of the company has been made, a Corporate Social Responsibility plan for the “Textiles Tabango Artisan Workshop” is carried out, in order to solve the problems that have been detected.

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility (CSR), business ethics, principles and values, transparency, competitive advantage.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial con el pasar del tiempo ha logrado alcanzar la transformación para su adaptación, en base a estrategias, buenas prácticas y la gestión empresarial responsable, se ha moldeado para llegar a un equilibrio entre lo económico, social y ambiental. En la presente investigación se pretende diseñar un plan de Responsabilidad Social Empresarial para el Taller Artesanal “Textiles Tabango” que permita contribuir al desarrollo sostenible, partiendo del compromiso social, ambiental y económico con el grupo de interés.

El estado del arte contiene aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, que facilitará a los miembros de la empresa la comprensión del tema, permitiendo su incorporación en el Taller Artesanal “Textiles Tabango”. Para analizar la percepción del propietario de la empresa, frente a impactos sociales, ambientales y económicos, producidos por la actividad económica, se realiza un diagnóstico de la situación actual de la empresa, mediante la aplicación de técnicas de recolección de información, como la entrevista y encuestas que fueron aplicadas a la población objetivo del presente proyecto, con el fin de detectar problemáticas de la empresa y establecer posibles estrategias que pueden generarse a partir del plan de acción para la sostenibilidad a largo plazo.

Se establecen objetivos, estrategias y soluciones a las problemáticas detectadas en base a los resultados obtenidos de las técnicas de recolección de información como las encuestas, entrevistas y matriz de materialidad; las estrategias están orientadas a garantizar el bienestar del grupo de interés y generar un cambio de cultura organizacional. Además del plan de Responsabilidad Social Empresarial se ha creado un código de conducta, donde todos los miembros de la empresa deberán cumplir y regirse.

1. ESTADO DEL ARTE

1.1. Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial forma parte de la cultura enfocada hacia los principios de transparencia, servicio y honestidad; puesto que su gestión han dado un giro radical en todas las empresas, éstas se preocupan porque sus procesos sean sostenibles enfocados en lo económico, social y ambiental; deduciendo cada interés de sus stakeholders y buscan ir más allá del cumplimiento de la legislación, por lo general la Responsabilidad Social Empresarial determina la creación de un valor agregado que permiten ser observados de mejor manera por sus consumidores y establecer aquellas ventajas competitivas frente a los contrincantes que día a día se siguen sumando (De la Peña De León y Amezcua Nuñez, 2017).

Sin embargo (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012) menciona que la Responsabilidad Social Empresarial surge del comportamiento que hoy por hoy se atribuyen las empresas en relación al desarrollo sostenible enfocado en la sociedad, buscando un crecimiento económico y bienestar social; por lo tanto las empresas tratan de que los efectos positivos hacia la sociedad se maximicen y los efectos negativos se minimicen; encaminados hacia el logro del desarrollo sostenible como tal.

Igualmente (De la Peña De León y Amezcua Nuñez, 2017) nos menciona que se debe tener en cuenta que la Responsabilidad Social Empresarial por lo general se direcciona hacia 4 aspectos primordiales, tales como:

1. La empresa y su calidad de vida.

2. Impacto y relación con la comunidad.
3. Cuidado del medio ambiente y prevención.
4. Valores éticos empresariales.

De la misma manera la OIT (Organización Internacional del Trabajo) en materia de Responsabilidad Social Empresarial se considera un acumulado de acciones tomadas de las actividades que demuestran resultados positivos para la sociedad, que abarcan un sin número de métodos propios y procesos internos encaminados a la relación con todos sus actores, pues el compromiso se enfoca hacia valores éticos, es decir, dando un sentido diferente al constancia del desarrollo sostenible que busca aquellas estrategias de negocios que partan del crecimiento económico, bienestar social y protección ambiental. (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012).

1.2. Responsabilidad Social Empresarial y su Evolución

La evolución de la Responsabilidad Social Empresarial empieza en el siglo XIX – XX, donde no existe un establecimiento concreto sobre el tema, es decir cuestionan aspectos sobre instituciones, organizaciones que de alguna manera tratan de proporcionar algunas soluciones a determinados grupos sociales; por otra parte a inicios de la mitad del siglo XX donde se establece una participación de carácter voluntario por parte de las organizaciones hacia las comunidades, por ende se comienza a aceptar la responsabilidad de la participación para el bienestar de la sociedad, partiendo de temas de realización basadas en actividades filantrópicas específicas; por otra parte en la segunda mitad del siglo XX, se genera conciencia por parte de la comunidad, sobre aquellas capacidades propias del sector privado que de alguna manera influyen en la solución de los problemas sociales, donde se reconocen daños o posibles riesgos que por la actividad de la empresa se ocasiona en el entorno, de igual manera existió una presión por parte del estado donde se impusieron aquellas normas que tenían como fin la gestión de sus públicos de interés y de los recursos naturales; a partir de los años 1960 muchas

organizaciones buscaron un método en el cual se haga frente a un cambio social y que el mismo sea parte de una mezcla general de obligaciones que son establecidas por el gobierno y la sensibilidad que existe por parte de las empresas (Correa Jaramillo, 2007).

Sin embargo, para los años 50 y 60 se menciona que la Comisión Europea trato de involucrar a cada empresario en base a estrategias enfocadas en la generación de empleo para la sociedad; incluyendo soluciones de carácter social que propician una mediación entre la empresa y la comunidad, buscando un vínculo solidario y una conciencia ambiental (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012).

Por otra parte se han determinado otro tipo de influencias que parten de la evolución de la Responsabilidad Social Empresarial haciendo referencia a la globalización, la libertad del comercio y aquellas reformas de regulación donde estaba inmerso el desarrollo ambiental sostenible, las recopilaciones de un buen gobierno, una degradación del medio ambiente y la exclusión de la sociedad que se obtiene como resultado del desarrollo; en el año 1990, aparece la competitividad como un factor clave que está inmerso en la supervivencia de cada organización, quienes buscan clientes mediante la atracción desde aspectos diferenciadores, haciendo referencia que la actitud de las organizaciones es ser responsables, buscando una imagen bajo parámetros de transparencia hacia a la sociedad; para la proactividad previamente debe planificarse actividades para su desarrollo, que estén orientados a la responsabilidad social y políticas de comercialización, que buscan ser adaptables y no perder.

En los años 60 y 70, se mencionan temas políticos y sociales convirtiéndose en variables de gran importancia en las empresas americanas, puesto que la sociedad enfoco su atención en cuestiones sobre igualdad de oportunidades, comunicación, conservación de energía, recursos naturales, defensa de los trabajadores y consumidores. En la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial es parte de la construcción de relaciones que generan un beneficio mutuo

partiendo de los objetivos propuestos e intereses de la sociedad, mientras estas relaciones ayuden estimular el crecimiento, garantizando que los negocios tenga una sostenibilidad integral, según nos menciona (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012).

1.3. La Responsabilidad Social Empresarial y la Filantropía

En América Latina, se empiezan a generar acciones sobre temas que tiene que ver con la Responsabilidad Social Empresarial, ya que por iniciativa del sector privado donde han establecido partes fundamentales como la caridad, donaciones y requerimientos tanto éticos como familiares con un corte de carácter individual como filantrópico; por otro lado surgen temas relacionados con los derechos humanos, ambientales, laborales, protección hacia el consumidor y las buenas prácticas operativas (Puterman, 2011).

Del mismo modo (Restrepo Salazar, 2008) menciona la filantropía de carácter social como un aspecto de la Responsabilidad Social Empresarial, además de entregar dinero o donativos para entidades con fines cívicos, sociales, y obras enfocadas en temas filantrópicos; pues las empresas deben cuidar los aspectos de donaciones donde pueden relacionarse con las normas estatutarias, es decir aquellos directivos de las empresas al realizar donativos no solo entregan dinero de carácter propio sino dinero de cada accionista, que deben estar sujetos a la transparencia.

Sin embargo, la filantropía es uno de los temas que hoy en día han sido parte de las consecuencias de los altos índices que han dado paso a la pobreza y de la misma manera aquellas grietas que existe entre ricos y pobres, que ha sido una fuente de discusión de temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial; de la misma manera se establece en parte de Norma ISO 26000 una mención acerca de la filantropía donde se establece que no

debe confundirse con la Responsabilidad Social Empresarial; al hablar de Filantropía, se trata de promover un compromiso que tenga relación con la Responsabilidad Social Empresarial, que permita mejorar la relación de la empresa con los stakeholders, por otro lado aparece temas relacionados con la inversión de tipo social pero con límites previamente establecidos (Puterman, 2011).

Para concluir la filantropía es entregar de dinero y otros recursos que son utilizados para aquellas actividades donde estas generen beneficios a las personas sin recursos, un claro ejemplo cuando las empresas realizan un aporte de carácter voluntario y contribuyen con la misma cantidad de dinero que es otorgada a diferentes fundaciones (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012).

1.4. Responsabilidad Social Empresarial y la Ética

La ética empresarial parte de la reflexión entre las actividades de las empresas, cuyo fin es dar respuestas a los argumentos morales que conforman y respaldan la legitimidad de cada empresa, que muestra a la sociedad la justicia que se desea instaurar, por otro lado con el desarrollo de un sin número de actividades basados en negocios éticos estableciendo un crecimiento considerable, una vez que sean identificadas aquellas faltas de valor como causas de una reflexión apropiada (Calvo, 2014).

De igual manera, la responsabilidad ética es aquella que cumple con cada expectativa social relacionadas con lineamientos basados en una conducta previamente definida, es decir que cada integrante de las empresas sean capaces de tomar decisiones según los puntos establecidos en un marco de referencia (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012).

Finalmente, la ética empresarial parte de una preocupación entre la demanda social donde ante las actividades de las empresas se han considerado un tanto inmorales, puesto que la orientación se enfoca en evitar que desencadenen escándalos y promover de manera directa la comprensión de las prácticas de las empresas, donde desarrollaron áreas de negocios enfocados en la ética y continúan desarrollando nuevas medidas en términos de Responsabilidad Social Empresarial.

1.5. Diferencia entre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Una empresa que parte de la Responsabilidad Social, tiene relación con la conciencia, donde la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) ha establecido aquellos impactos, sean estos positivos o negativos que por lo general se originan de las actuaciones de manera colectiva de las personas que son parte de la empresa, es decir te sientes parte de la organización y de la misma manera son responsables de sus actos, por lo tanto la Responsabilidad Social Empresarial reside en poner en ejecución voluntariamente proyectos y programas sociales que estén direccionados con el desarrollo humano sustentable, siempre y cuando este establezca el compromiso necesario con el ambiente, la sociedad y la economía (Abellán, 2013).

También (Fernández García, 2005) muestra la diferencia de la Responsabilidad Social Empresarial conocida como la filosofía y actitud que muestran las empresas en términos de negocios, la misma se encuentra reflejada mediante la incorporación voluntaria de la gestión tanto de expectativas como preocupaciones de cada uno de sus stakeholders, como una visión a largo plazo, es decir buscan optimizar la rentabilidad económica, el bienestar social de su comunidad y conservación del medio ambiente.

Por otra parte cuando hablamos de ESR (Empresa Socialmente Responsable) nos enfocamos en los procedimientos propios de la gestión de la empresa, es decir tanto su forma de ser, hacer y como direccionar los negocios, donde hacemos referencia a las prácticas que se pueden generar para el desarrollo de la empresa, es decir dentro de la contemplación de las estrategias estas deben enfocarse en generar beneficios para nuestros stakeholders, y por lo tanto se debe tener en consideración cada uno de los intereses que se desean incorporar al momento de la planificación de todas y cada una de las actividades (Abellán, 2013).

Sin embargo, la Responsabilidad Social Corporativa amplía el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial donde se puede lograr la incorporación en entidades gubernamentales, y varias organizaciones, que muestren interés en transparentar su trabajo (Fernández García, 2005).

Por otra parte dentro de la ESR, también deben existir aquellas relaciones de carácter laboral que permita la generación de confianza e igualdad, y para el medio ambiente se establece valores enfocados en el respeto, tolerancia y transparencia; es decir se hace referencia a todos y cada uno de los principios éticos, que abarca un buen gobierno, la filantropía y los programas, los cuales deben ser capaces de generar respuestas del desarrollo de las actividades hacia la sociedad (Abellán, 2013).

Finalmente, la Responsabilidad Social Corporativa trata de estimular la reputación de las empresas, es decir las convierte en entidades más llamativas y por consiguiente atrae a las personas, brindando aquellas ventajas competitivas que ayudan a la conservación y atracción de más personal de calidad altamente superior (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012).

1.6. La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y América Latina

En todo el mundo siempre han existido cuestiones sobre el medio ambiente, los recursos humanos, el trabajo infantil y las condiciones de trabajo, pero existen prioridades dentro de América Latina que son muy diferentes a los otros continentes, un claro ejemplo en temas laborales es la legislación nacional convirtiéndose en un tema de mayor importancia. Sin embargo, en tema de ingresos existe un nivel de desigualdad elevado considerado como un factor urgente dentro de los negocios que procura llegar a sitios minoritarios de forma efectiva; otro punto de vista en la Responsabilidad Social Empresarial es su dominio tal es el caso del sector minero tanto de Chile como de Perú, en donde ha existido conflictos de necesidades sociales que han sido enfrentados con ayuda del sector privado (Vives y Peinado Vara, 2011).

Sin embargo, (CERES, 2019) menciona que forma parte de la red más activa e incentiva espacios de promoción sobre la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador, también abarca actividades de capacitación, networking, acompañamiento a eventos nacional con sus miembros, entre otros, registrando en el año 2018 un total de 25 alianzas estratégicas, un dato de gran relevancia es el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social quien culminó el 2018 con 62 miembros de todo el país; de igual manera, participaron como organizadores y co-organizadores de los 85 eventos que se realizaron a nivel nacional, con aproximadamente 4000 participantes, los cuales en términos porcentuales el 81% corresponde al Ecuador y el 18% restante corresponde a México, Perú, España, Colombia y Argentina.

En conclusión, podemos mencionar que hoy en día la participación de las empresas es medio a nivel del cantón, esto se debe al desconocimiento de RSE, al pensamiento tradicionalista, los costos que genera su implementación y la falta de capacitación en temas

actuales de gran relevancia, estos son algunos de los factores que afectan al sector productivo de mejorar su calidad de vida y su imagen frente a su grupo de interés.

1.7. Organismos que promueven la Responsabilidad Social Empresarial

1.7.1. Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)

Según nos menciona (Eu-Lac, 2018) el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social con sus siglas CERES es una de las redes más importantes que abarcan las organizaciones comprometidas y que promulgan la Responsabilidad Social en el Ecuador, su trabajo se ha venido desarrollando desde el año 2005, buscando orientaciones corporativas, estableciendo un valor agregado de parte de las empresas, para involucrarse, sensibilizar y ayudar con el direccionamiento de los negocios en el ámbito social responsable, que es considerado como un componente para transformar la sociedad hacia aspectos de justicia y sostenibilidad.

Pero, el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social nos muestra una clara determinación de aquellas empresas que han sido asesoras por dicha entidad, y quienes tienen una mayor difusión sobre cada una de las actividades sobre Responsabilidad Social Empresarial, de la misma manera existe la difusión en prácticas de carácter ético con el compromiso establecido reflejado en valores (Coba Molina, Díaz Córdova, Zurita Meza, y Proaño López, 2017).

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, tiene como misión:

“Somos una organización privada sin fines de lucro que privilegia el intercambio de experiencias entre los diversos actores de la sociedad, el diálogo constructivo, así como la construcción de capacidades que permitan fortalecer la gestión socialmente responsable de las empresas” (Eu-Lac, 2018).

Para concluir, cada uno de los organismos que ayuden a promover a las empresas la Responsabilidad Social Empresarial, son dignos de admiración y buscan que las actividades propias de las entidades minimicen aspectos negativos y maximicen los positivos, mejorando de esta manera la imagen frente a la sociedad.

1.7.2. Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador (IRSE)

El Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador, tiene como misión:

“Nuestra misión es la de promover, difundir y colaborar en la implantación de una cultura y práctica de responsabilidad social empresarial que coadyuve al desarrollo sostenible, trabajando junto a las personas, empresas y demás instituciones a través de un aporte técnico - metodológico, del intercambio de experiencias, acciones y colaboración mutua” (IRSE, 2016).

Por lo tanto, el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador realiza su rendición de cuentas, generando transparencia en cada una de sus decisiones y actividades que son impartidas tanto en el medio ambiente y la sociedad, conocida como una entidad con un sólido comportamiento ético, respeto por sus partes interesadas, respeto por el principio de legalidad que es de carácter obligatorio, y el respeto hacia la normativa internacional vigente sobre el comportamiento para atacar a su principio.

1.8. Triple Cuenta de Resultados

El objetivo que busca la triple cuenta de resultados es generar una integralidad con la sustentabilidad mediante estrategias de negocios, que surge de acciones de ayuda para reportar cada uno de los resultados en sus tres variables tanto económico, social y ambiental; es decir se integran las tres variantes en un solo proyecto (Garcidueñas, 2015).

Por otro lado (Ramírez Orellana, 2016) hace referencia que las empresas buscan cambiar de aspecto su imagen frente a la sociedad, es decir busca un modelo de desarrollo sostenible, que permita la sobrevivencia en el largo tiempo tomando como punto de partida ser económicamente viable, medioambientalmente sostenible y socialmente responsable, que parten de la triple cuenta de resultados o por sus siglas en inglés “Triple Bottom Line” buscando atender cada una de las demandas existentes provenientes de los stakeholders.

1.8.1. Dimensiones de la Triple Cuenta de Resultados.

1.8.1.1. Social

Parte de la triple cuenta de resultados es la dimensión social, el cual hace referencia a las alianzas que son parte esenciales para la creación de un proyecto amplio, es decir se necesitan de entidades expertas que ayuden a dirigir y administrar todos y cada uno de los recursos tanto económicos, sociales y especie; de igual manera el voluntariado que se integra de cada una de actividades de responsabilidad que se alinean a los valores, a la cultura social y ambiente de trabajo; por otro lado se sitúa la participación con la comunidad que forma parte de las

iniciativas que tratan de otorgar un beneficio directo asíéndolos partícipes de las actividades propias de las empresa (Garcidueñas, 2015).

Por el contrario (Moguel Liévano, 2012) menciona que los puntos más importantes dentro de la dimensión social son: 1. La seguridad e higiene dentro del área de trabajo; 2. No discriminación de ningún tipo; 3. Capacitación del personal; 4. Satisfacción laboral; 5. Desarrollo de la comunidad; 6. Liderazgo de valores, transparencia y ética empresarial.

1.8.1.2. Económico

Parte de la triple cuenta de resultados es la dimensión económica, alineado a proyectos productivos que buscan apoyar el desarrollo de las comunidades, desarrollando habilidades para la ejecución de proyectos con destrezas para que en el futuro estas puedan ser explotadas económicamente; y por último las inversiones de las empresas que nos facilitan los recursos económicos entre ellos actividades y proyectos productivos que se logren ejecutar (Garcidueñas, 2015).

Por el contrario (Moguel Liévano, 2012) menciona que los puntos más importantes dentro de la dimensión económica son: 1. Índice de productividad; 2. Salarios y beneficios; 3. Eficiencia y eficacia; 4. Inversiones en investigación y desarrollo; 5. Cumplimiento de obligaciones.

1.8.1.3. Ambiental

Parte de la triple cuenta de resultados es la dimensión ambiental, alineada a la emisión de CO2 considerado como un proyecto ambiental que permite compensar y disminuir las emisiones de dióxido de carbono que son emitidos diariamente a la atmósfera; así como el aprovechamiento de los recursos naturales de manera responsable, de igual manera la protección a la diversidad que contribuye a la conservación del medio ambiente (Garcidueñas, 2015).

De igual manera (Moguel Liévano, 2012) menciona que los puntos clave en la dimensión ambiental son: 1. Utilizar energías renovables; 2. Materiales reciclables; 3. No contaminación; 4. Procesos proveedores; 5. Biodiversidad; 6. Leyes ambientales.

1.9. Modelos de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial

1.9.1. Global Reporting Initiative (GRI)

Se considera al Global Reporting Initiative (GRI) como una entidad internacional de carácter independiente que ha sido eje fundamental de los procesos que intervienen en la elaboración de memorias de sostenibilidad; con ayuda a gobiernos, empresas y otras entidades en la comprensión, comunicación, e identificación de los impactos que producen las grandes, medianas y pequeñas empresas, enfocados en temas de real importancia como derechos humanos, cambio climático, corrupción, entre otros (Global Reporting, 2016).

Por otra parte la Responsabilidad Social Empresarial que apunta a la consecución de objetivos estratégicos y la permanencia de las empresas, donde la actuación de las organizaciones deben enfocarse a la mejora del entorno en el que se desenvuelve, citando el compromiso con todos los actores involucrados mencionados en el Global Reporting Initiative (Trujillo Dávila, Trujillo Dávila, y Guzmán Vásquez, 2006).

Por otro lado el Global Reporting Initiative (GRI) ofrece estándares esenciales para la elaboración de las memorias de sostenibilidad, mismas que deben ser confiables y permitir que cada organización conjuntamente con su grupo de interés tomen decisiones enfocadas en información fiable (Global Reporting, 2016).

El modelo de Global Reporting Initiative (GRI) ofrece ventajas como: comparación y facilidad de obtener información de su grupo de interés, tomando como referencia al mercado, la información social y medio ambiental que ha emitido la empresa, proporcionando un modelo de reporte aceptado universalmente (Trujillo Dávila et al. 2006).

En conclusión, el Global Reporting Initiative (GRI) se centra en un principio multiactor, mismo que trata de asegurar tanto la participación como la experiencia de su grupo de interés en el desarrollo de los estándares ya establecidos, mientras que dentro del GRI la principal misión es el empoderamiento en toma de decisiones con acciones para un mundo sostenible (Global Reporting, 2016).

1.9.2. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE 21)

La Gestión Ética y Socialmente Responsable forman parte de argumentar una respuesta de las organizaciones, promoviendo la transparencia, integridad y sostenibilidad; tomando en cuenta tres ejes importantes que son: social, ambiental y económica (Forética, 2017).

Por otro lado (Duque Orozco, Cardona Acevedo, y Rendón Acevedo, 2013) nos menciona a la Gestión Ética y Socialmente Responsable como una voluntad de las diferentes organizaciones que buscan el mejoramiento continuo de cada condición de los agentes involucrados enfocados en la relación de la empresa y el grupo de interés.

De igual manera, la Gestión Ética y Socialmente Responsable conocida como SGE 21 es conocida como una herramienta, enfocada en direccionar las organización; incrementando el tema de gestión de la sostenibilidad conjuntamente con la responsabilidad social. Sin embargo, el sistema supone en gran medida que la dirección de la organización parte desde la capacidad de generación de un liderazgo de carácter responsable, demostrando un compromiso que identifique la integración de las diferentes estrategias, procesos de la organización, impulsando el diálogo, conociendo el grupo de interés, fijando transparencia y comunicación efectiva (Forética, 2017).

En conclusión, la Gestión Ética y Socialmente Responsable se enfoca en la auditoría, que permite indagar los puntos de aseguramiento de requisitos ya establecidos, es decir busca el cumplimiento de la legislación vigente; mientras su integración es voluntaria en temas relacionados con la sociedad, la parte laboral, medio ambiente y derechos humanos; centrados en estrategias, procesos y políticas previamente diseñadas en la organización (Duque Orozco et al. 2013).

1.10. Stakeholders

Los stakeholders son catalogados como individuos o grupos de interés los cuales pueden generar un impacto, que influye en el éxito o fracaso de las distintas actividades del proyecto de una organización, donde de la misma manera podemos observar un grado de complejidad en la identificación, seguimiento, valoración y la gestión de la misma (Rodríguez, 2013).

Por otro lado, los stakeholders con la organización generan codependencia, como el estado relacionado a la seguridad y condiciones políticas, económicas que sean adecuadas para el desarrollo de la organización y la supervivencia; los proveedores aquellos quienes suministran insumos a la producción ya sea bienes o servicios, mismos que dependen de la estabilidad y el cumplimiento de la empresa con los pagos entre otros compromisos antes adquiridos; los clientes quienes consumen aquellos bienes y servicios de las organizaciones, siendo fuentes de ingreso, generando dependencia y satisfacción de los consumidores; los empleados parte fundamental de las organizaciones en apoyo laboral, capacidades, aprendizaje, conocimiento y la experiencia en el desarrollo de los objetivos planteados por la empresa; entre otros grupos de interés que hacen énfasis en la Responsabilidad Social Empresarial (Suárez Tirado, 2007).

De igual manera (Rodríguez, 2013) menciona que los stakeholders se encuentran enfocados en el éxito de las actividades de la empresa que buscan alcanzar los objetivos conjuntamente con las consideraciones expresadas en la metodología empleada para grupos de interés que consta de 5 etapas, facilitando la comprensión y gestión acertada de cada relación con la que implica un determinado proyecto; de igual manera, es esencial el conocimiento de quienes conforman los grupos de interés, y gestionar el papel de las comunicaciones tanto de las expectativas como percepciones.

Por lo tanto, cada interés tanto empresa como stakeholders son mutuos, se han presentado conflictos de intereses entre las partes y buscan equilibrarse entre ellos, convirtiéndose en un instrumento de reciprocidad y asegurar el cumplimiento de los procesos de adquisición entre las partes, como pieza esencial de la necesidad de un desarrollo sostenible (Suárez Tirado, 2007).

En conclusión (Rodríguez, 2013) menciona los pasos para determinar los stakeholders o llamados grupos de interés, los cuales son:

- Identificación de los stakeholders.
- Proceso de priorización, para determinar los niveles de importancia de la empresa.
- Visualización gráfica, para entender a la comunidad.
- Generación de compromisos, mediante procesos efectivos de comunicación.
- Monitoreo del compromiso con los stakeholders.

De manera ordenada y sistémica se han identificado, valorado y gestionado a toda una comunidad.

1.11. Matriz de Materialidad

La matriz de materialidad, es una herramienta que se utiliza para graficar cada uno de los aspectos que son considerados de suma importancia para el grupo de interés y la empresa, presentada en función de los intereses de ambos, donde tanto el actuar como reportar aquellos aspectos importantes, se encuentran al noreste del gráfico de materialidad; sin embargo es un medio para elaborar estrategias y determinar las acciones que se deben seguir. Por otro lado (Àgora, 2015) menciona 12 principios de materialidad determinadas para las estrategias:

1. Estrategia
2. Universalidad
3. Medio para la acción
4. Especificidad
5. Diversidad
6. Relatividad
7. No todo lo que importa es importante
8. Disparidad
9. Nuestra sociedad
10. Stakeholders materiales
11. Heterogeneidad
12. Prioridad

Por otra parte (Global Reporting Initiative, 2013), establece que mediante un buen análisis, es necesario la elaboración de una memoria de sostenibilidad, establecida en la versión de GRI G4 de una manera sencilla, efectiva y ágil, que responda a preguntas como: ¿Qué interesa realmente? ¿A quién interesa? ¿Cuánto? ¿Cómo gestionarlo?, impulsando una nueva forma de realizar informes de sostenibilidad con aspectos claves de la empresa.

1.12. Estructura del Plan de Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial RSE, promueve diferentes estructuras, las cuales exigen la implementación tanto de normas y políticas que generan un compromiso ambiental y social. La nueva forma de gestión de las empresas en la actualidad, se fomenta en la relación de los grupos de interés, permitiendo la aparición de normas, modelos de gestión y comunicaciones específicas, con el fin de homogenizar las prácticas de RSE y permitir a las

empresas la obtención de certificaciones mediante la acreditación de terceros por su buen comportamiento (ESAN, 2016).

A continuación se presentan modelos que destacan al sector y albergan un conjunto de aspectos importantes:

1.12.1. Global Reporting Initiative (GRI)

El Global Reporting Initiative, es un modelo convencional enfocado a la comunicación y generación de información sobre lo que debe hacer la empresa, dicho modelo parte de aceptación internacional y muestra una guía de elaboración para memorias de sostenibilidad, tomando en cuenta aspectos sociales, económico y medioambientales; posterior a la realización de la memoria de sostenibilidad, las empresas podrán enviar la memoria de sostenibilidad al GRI, para lograr una calificación de transparencia (ESAN, 2016).

1.12.2. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE 21)

El Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, se lo considera un modelo de calidad y medioambiente añadido al grupo de interés, la norma establece requisitos necesarios para cumplir con los términos de ética y responsabilidad social, permitiendo ser auditada en sus procesos y lograr la obtención de una certificación (ESAN, 2016).

1.13. Industria Textil

El comienzo de la industria textil del Ecuador parte en la época colonial, pues la lana de oveja era para uso del obraje, puesto que se confeccionaban tejidos. De igual manera, al aparecer las primeras industrias dedicaron sus esfuerzos al procesamiento de lana, para inicios del siglo XX fue introducido el algodón alrededor del año 1950 donde se consolidó el uso de este tipo de fibra. En la actualidad, la industria textil del Ecuador está enfocada en la producción de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el algodón, poliéster, acrílicos, nylon, seda y lana (AITE, 2018).

De igual manera, la creatividad impartida por el hombre da respuesta a dos razones específicas: satisfacer necesidades útiles y responder apetencias humanas, partiendo desde las artesanías en la satisfacción de las necesidades básicas añadiéndoles perfección. Por lo general se considera artesanías a todo producto elaborado, mediante la ejecución de actividades en pequeños talleres con baja social de trabajo y donde predomina la energía física, humana y mental siempre complementada con maquinaria y herramientas simples (Espinosa Posso, 2013).

Por lo tanto en el transcurso del tiempo, diferentes empresas se dedican a actividades textiles ubicando instalaciones en diversas partes del país, sin embargo, las provincias de mayor importancia en la industria textil son: Guayas, Azuay, Tungurahua, Pichincha e Imbabura. El sector ha permitido la fabricación sin número específico de productos textiles dentro del Ecuador, tanto los hilados y tejidos son considerados principales dentro de la producción, sin embargo cada vez crece la producción de manufacturas textiles, como en prendas de vestir, mientras en la actualidad la industria textil y las confecciones formar la tercera parte más grande de este sector, aportando un promedio de 7% del PIB manufacturero de carácter nacional (AITE, 2018).

Aunque, se manifiesta que en Ecuador las artesanías forman parte del conocimiento ancestral propio de la materia prima, dando origen a los objetivos reflejados en la diversidad cultural en cada una de las provincias. Es decir, la actividad artesanal con el paso del tiempo forma parte de redes sociales, económicas y culturales del medio actual, como zonas populares y etnias indígenas propias del país; las actividades ejecutadas al interior de una economía de carácter doméstico básico de autoconsumo, que permite incentivar la transmisión de generación a generación, por lo tanto en muchas ocasiones los productos artesanales abarcan un sin número de objetos, que forman parte del uso cotidiano tanto del hogar y trabajo, proporcionando la constitución de una identidad comunitaria (Espinosa Posso, 2013).

De igual manera, el sector textil ha generado varias plazas de trabajo para el país, logrando ser el segundo sector manufacturero con mano de obra empleada, siguiendo con el sector alimenticio, luego bebidas y tabacos. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) proporcionan un estudio donde se afirma que alrededor de 158 mil personas laboran en empresas textiles y de confección, a lo cual se unen miles de empleos indirectos, la industria textil y confección del Ecuador se une a un total de 33 ramas de carácter productivo del país (AITE, 2018).

Para concluir, en la actualidad el sector textil se ha fortalecido en trabajo y aporta al Ecuador formando al personal mediante capacitaciones, formación de sus operarios y aprendices, generando un ahorro en la utilización de materia prima de la zona y la exportación de las artesanías producidas (Espinosa Posso, 2013).

En la actualidad el área artesanal a nivel nacional está constituida por:

Tabla 1 Área Artesanal Nacional

SECTOR TEXTIL	PERSONAS
Talleres Artesanales	261.000
Artesanos Titulados	1'500.000
Organizaciones	980
Ramas de Producción y Servicios	168
Establecimientos de Formación	92

Fuente: INEC

Elaborado por: Autora

1.14. Impactos de la Industria Textil

La industria textil ha desarrollado un patrón de producción demasiado alarmante refiriéndose al impacto ambiental que producen, tales como:

- Sustancias químicas tóxicas.
- Alto consumo de agua.
- Alto consumo de energía.
- Generación de cantidades grandes de desechos.
- Utilización de embalaje no biodegradable.

Considerando que la problemática hoy en día tiene una información escasa en la actualidad, esto se debe a un gran desconocimiento de los procesos propios de las industrias y los posibles impactos que éstas puede generar (Sinc, 2016).

De igual manera, (Xicota , 2018) menciona que la industria textil se encuentra expuesta a impactos ambientales desde el instante de la extracción de la materia prima, posterior a la producción, el uso por parte del consumidor y los desechos que se generan; sin embargo es necesario que las empresas con cualquier actividad económica, sepan cuáles son los impactos que generar dentro de su entorno y buscar una mejora continua para mitigarlos, ofreciendo un mejor servicio o producto.

Por otra parte, (Sinc, 2016) establece que el análisis de cada aspecto ambiental criticó dentro del sector textil deberá partir de fuentes de información como: informes de sostenibilidad y la valoración de expertos frente al tema; que facilitan la elaboración de un marco de evaluación que contribuirá a combatir la falta de información ambiental del sector.

Para concluir, podemos mencionar que el impacto ambiental generado desde la obtención de la materia, esto se debe al uso descontrolado de insumos químicos provocando la contaminación del ambiente y agua; la obtención de fibras que requieren de energías fósiles para accionar maquinarias; es decir la principal consecuencia del sector textil reside en las aguas residuales y la contaminación que se genera en el proceso de tinturación de fibras; así como los lodos que provienen de todos los procesos textiles originarios de las industrias, son algunos de los grandes impactos que se pueden dar en cuanto al sector textil.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Enfoques

2.1.1. Cualitativo

El enfoque cualitativo en la presente investigación parte del análisis situacional desde la conducta frente al entorno, así como la experiencia, conocimientos y contextos que no han sido tomados en cuenta en la trayectoria del Taller Artesanal “Textiles Tabango”.

Mediante el uso del enfoque cualitativo nos permitirá recoger resultados sobre el comportamiento de los miembros de la empresa sobre ideologías y respuestas abiertas, mediante un tipo de observación participativa, es decir, ser partícipe del problema o la situación planteada en la presente investigación como primera persona de las experiencias planteadas, generando una ventaja al conocer más a fondo a los miembros del Taller Artesanal “Textiles Tabango”.

2.1.2. Cuantitativo

El enfoque cuantitativo en la presente investigación es de carácter empírico-analista, partiendo del estudio en base a números para el análisis y la comprobación de los datos obtenidos de manera concreta, lo que permitirá al Taller Artesanal “Textiles Tabango” investigar espacios más competitivos, con el único fin de cambiar a la brevedad posible las situaciones estratégicas que son clave para el desarrollo del plan de Responsabilidad Social

Empresarial; es decir, el objetivo es la obtención de respuestas de la población objeto de estudio a preguntas específicas, con la finalidad de obtener decisiones efectivas y exactas.

2.2. Método

2.2.1. Exploratorio

Se plantea una investigación exploratoria expresada en términos cualitativos, que permita obtener información necesaria acerca del tema de investigación, como un preámbulo más amplio al problema que se está indagando, el mismo se ejecuta con el fin de conocer aquellos temas que aborda, es decir nos permitirá familiarizarnos con aspectos del panorama en el cual se encuentra el Taller Artesanal “Textiles Tabango” así como impactos negativos y positivos generados por la empresa en cuanto a su actividad económica, en general se tendrá información inicial para el desarrollo del proyecto de investigación.

2.2.2. Descriptivo

Se plantea realizar un tipo de investigación descriptiva, que permita conocer la situación del Taller Artesanal “Textiles Tabango” partiendo de la descripción exacta tanto de las actividades y procesos que se desarrollan en la empresa, estableciendo un diagnóstico previo que aporta a la comprensión de los distintos entornos encontrados, los datos descriptivos serán expresados en términos cuantitativos, que surgen al examinar al entorno en base a muestra de población, y que proporcionan información eficaz estableciendo un límite de precisión, y ya que el significado de la Responsabilidad Social Empresarial varía según el contexto de las personas, es decir se desean medir durante la investigación los factores sociales, ambientales y económicos, para posteriormente expresarlos en datos numéricos, que provienen de la

medición de los factores expresados que parten de una causa y efecto, es decir la aplicación de un estímulo para dar respuesta a la problemática, el diseño de las encuestas se encuentra en los anexos.

2.3. Alcance

La presente investigación ha planteado alcances exploratorios como:

- Investigación de problemáticas de la empresa.
- Indagar desde la innovación.
- Ayudar identificando conceptos claves.

Por el contrario, se ha planteado alcances descriptivos como:

- Consideración de los fenómenos de estudio conjuntamente con sus componentes.
- Medición de los conceptos.
- Definición de variables.

2.4. Técnicas

2.4.1. Entrevista de respuestas abiertas

Se utiliza la entrevista de respuestas abiertas con el fin de obtener la mayor información posible para el desarrollo de la investigación, dicha entrevista será aplicada al gerente de la empresa para tener un conocimiento sobre las actividades que se llevan a cabo y el conocimiento en Responsabilidad Social Empresarial, reglamentos internos, cumplimiento de legislación vigente, pago de beneficios sociales, entre otros aspectos que surgirán al momento de la ejecución de la investigación (Ver Anexo II).

2.5. Instrumentos

2.5.1. Cuestionario

Se utiliza el cuestionario con el fin de obtener información relevante sobre el ambiente tanto externo como interno de la empresa, mismo que estará direccionado para clientes, empleados y la comunidad; previa la estructuración del mismo en base a preguntas cerradas con escala Likert, para mejor la precisión de las respuestas del grupo de interés (Ver Anexo III-V).

2.6. Población y muestra

2.6.1. Población

2.6.1.1. Trabajadores

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” cuenta con 7 trabajadores fijos, los cuales fueron encuestados.

2.6.1.2. Clientes

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” no cuenta con una base de datos que nos permita tener información relevante, por cual se ha fijado un total de 50 clientes los cuales fueron encuestados.

2.6.1.3. Comunidad

Se realizaron las encuestas dirigidas a la comunidad de Cotama perteneciente a la ciudad de Otavalo, para poder obtener datos concretos que nos permitan tener una percepción clara de los posibles impactos que puede generar la empresa por su actividad en el entorno en el cual se encuentra. Para la determinación del porcentaje de la comunidad de Cotama perteneciente a la ciudad de Otavalo, se realizó una clasificación de población por comunidades.

Tabla 2 *Porcentaje de Población por Comunidades*

Total Población Sector Urbano	39354	Dato obtenido PDYOT
POBLACIÓN POR PARROQUIA		
% Comunidades (San Luis)	35%	Algunas forman parte del casco urbano
% Comunidades (El Jordán)	65%	El Jordán posee cuatro comunidades con alta población como la compañía, camuendo, monserrath alto y machángara, estas dos últimas como barrios.
POBLACIÓN POR COMUNIDADES		
# Comunidades (San Luis)	15	6,67%

# Comunidades (El Jordán)	6	16,67%
---------------------------	---	--------

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Otavalo

Elaborado por: Autora

Tabla 3 Población por cada comunidad

PARROQUIAS	POBLACIÓN URBANA POR PARROQUIA	COMUNIDADES	POBLACIÓN URBANA POR COMUNIDAD
San Luis (Urbana)	13774	Cotama	918
		Guanansi	918
		Imbabuela Alto	918
		Imbabuela Bajo	918
		Ugsha Loma	918
		Mojanda	918
		Mojanda Mirador	918
		San Francisco de la Rinconada	918
		San Juan	918
		Esperanza	918
		Libertad	918
		Uyancha	918
		Patalanga	918
El Jordán (Urbana)	25580	San Luis de Pigulca	918
		Gualapuro	918
		Compañía Alto	4263
		Compañía Medio	4263
		Compañía Bajo	4263

Monserrat	4263
Machángara	4263
Camuendo	4263

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Otavalo

Elaborado por: Autora

2.6.2. Muestra

2.6.2.1. Comunidad

Se ha establecido que el total de personas encuestas de la comunidad de Cotama es de 139 habitantes con un 8% de error. Mediante la utilización de la fórmula para poblaciones finitas:

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo

Z= Equivalencia del nivel de confianza

p= Probabilidad de ocurrencia

q= Probabilidad de no ocurrencia

e= Error de estimación

Cálculo:

Nivel de confianza	95%
Coeficiente de seguridad	1,96
Probabilidad a favor	50%
Probabilidad en contra	50%
Error de estimación	8%
Universo	918

$$n = \frac{1,96^2 * 918 * 0,5 * 0,5}{0,08^2(918 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 139 \text{ habitantes}$$

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados

3.1.1. Entrevista realizada al Gerente

La entrevista realizada al Sr. Andrés Tabango, actual gerente y propietario del Taller Artesanal “Textiles Tabango”, nos manifestó la siguiente información:

3.1.1.1. Análisis general de la entrevista realizada al Gerente del Taller Artesanal “Textiles Tabango”

El entrevistado tiene un poco de desconocimiento en los temas de Responsabilidad Social Empresarial, ODS y Pacto Mundial, por el contrario existe una buena comunicación entre empleador y trabajadores, y en la declaración de su misión, visión y valores corporativos no consideran aspectos sociales y económicos, pero si ambientales.

La empresa la cuenta con un código de conducta o comportamiento, un grupo de interés no definido claramente, resultados financieros no difundidos a sus colaboradores, no existe contratación de mujeres del sector, posee un plan de tratamientos para agua tinturada.

El entrevistado menciona que el ruido no genera afectación a la comunidad, se han realizado capacitaciones de seguridad, más no de crecimiento profesional; no poseen programas de ayuda comunitaria, la emisión de gases, contaminación de agua y productos

químicos está controlado, la empresa no tiene una estrategia para reducir el consumo de agua, pero si se controla el uso de papel y energía (Ver Anexo II).

3.1.2. Encuestas

3.1.2.1. Encuesta realizada a los trabajadores

Las encuestas fueron realizadas a los 7 trabajadores del Taller Artesanal “Textiles Tabango”, obteniendo información concreta y verídica (Ver Anexo III).

3.1.2.1.1. Análisis general de la encuesta realizada a los trabajadores del Taller Artesanal “Textiles Tabango”

En la encuesta realizada a los colaboradores del Taller Artesanal “Textiles Tabango” se puede deducir la existencia de desconocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial y las políticas que se pueden implementar, por otro lado existe un buen ambiente laboral, el trato del jefe hacia sus trabajadores se fundamenta en valores y buena comunicación, el sueldo percibido está acorde al desempeño realizado, la seguridad y salud ocupacional se considera importante.

La empresa no cuenta con un condigo de conducta o comportamiento, no existen programas de desarrollo personal y profesional, cumple con todo los beneficios de ley y su horario de trabajo no descuida la parte familiar y personal.

3.1.2.2. Encuesta realizada a los clientes

Las encuestas fueron realizadas a 50 clientes del Taller Artesanal “Textiles Tabango”, no cuentan con una base de datos propio (Ver Anexo IV).

3.1.2.2.1. Análisis general de la encuesta realizada a los clientes del Taller Artesanal “Textiles Tabango”

En la encuesta realizada a los clientes del Taller Artesanal “Textiles Tabango” se ha determinado que los productos son de calidad, tiene un precio justo, brindan una buena atención, por otro lado no tienen interés por productos que eviten la contaminación ambiental, la empresa cuenta con programas de uso responsable, existe una concordancia sobre la contribución a resolver problemas de pobreza, contaminación y corrupción.

De igual manera la existencia de publicidad se ha manejado bajo criterios éticos, debe existir una manera fácil de atender quejas y reclamos, los clientes no están dispuestos a pagar más productos que respeten el medio ambiente y apoyen causas sociales.

3.1.2.3. Encuesta realizada a la comunidad

Las encuestas fueron realizadas a 139 habitantes de la comunidad de Cotama donde se encuentra el Taller Artesanal “Textiles Tabango”, previo el cálculo de la muestra (Ver Anexo V).

3.1.2.3.1. Análisis general de la encuesta realizada a la comunidad de Cotama

En la encuesta realizada a la comunidad de Cotama donde se encuentra el Taller Artesanal “Textiles Tabango” se ha determinado que la empresa no genera ninguna afectación que repercuta en el entorno familiar de cada habitante del sector, siempre existe el apoyo a la comunidad en diversas actividades propuestas para mejora su desarrollo, los habitantes desconocen la actividad de la empresa, y los beneficios que se generan hacia la comunidad, se desconocen por completo ya que no hay una socialización de las mismas.

3.1.3. Análisis Pestel

3.1.3.1. Factor Político

- **Reforma Laboral:**

Las condiciones propuestas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) implican una reforma laboral que busca ampliar el periodo de prueba, volver al contrato de plazo fijo, bajar costos por despidos; buscando la reactivación del empleo reduciendo la rigidez existente en el mercado laboral y mejorar de igual manera la competitividad.

- **Regulaciones por la superintendencia de control de poder de mercado:**

Cada una de las regulaciones que son efectuadas por dicha entidad es para exigir que en el mercado no existan prácticas desleales, exigiendo lealtad y promover el desarrollo de cada una de las actividades económicas generadas dentro del país.

3.1.3.2. Factor Económico

- **Tasa de Desempleo:**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el Ecuador en cuanto se refiere al desempleo establece que nivel nacional muestra un descenso, el cual se considera importante de entre los últimos 5 años, establecido un 4,4% en el mes de marzo de presente año en comparación al 5,7% en el mes de marzo del 2016, ya que según los datos manifestados presenta un desplome del 1,3%.

- **Estancamiento Económico:**

Según el Banco Central del Ecuador (BCE) trata del crecimiento económico para el presente año, que va de 1,4% a un 0,2 sin generar sorpresa, para evitar un estancamiento profundo es necesario reactivar el sector privado, pero no existe la suficiente liquidez, y las ventas no han generado un aumento, donde por el contrario el acuerdo firmado con el Fondo Monetario Internacional (FMI) que menciona una económica abierta, aranceles que permitan abaratar precios internos.

- **Tratados comerciales:**

Dentro de los tratados comerciales tenemos el que se suscribió entre Ecuador y la Unión Europea, que beneficiaría a los exportadores ecuatorianos generando un ahorro de millones de dólares en cuanto a aranceles, este acuerdo comercial entro en vigencia el día Domingo 1 de Enero del 2017, mediante una negociación de manera apresurada que tuvo como fin las preferencias arancelarias.

3.1.3.3. Factor Sociocultural

- **Tendencias de moda:**

Las ideas generadas por la industria de la moda son únicas, reflejadas en la adaptación de las prendas para cada persona; dentro del Ecuador cada uno de los gustos por la misma van creciendo sin medida alguna, la idea de moda está marcando las tendencias, para vestir de una manera innovadora; ya que para Verónica Mezzini, una de las personas más experta en el mundo de la moda menciona que las tendencias muestran las ideologías de la gente que empieza a adoptar y que marcan cada época.

- **Expoferias:**

PROECUADOR es uno de los entes dentro del país quienes están capacitados para promover el desarrollo de empresas textiles en todo el Ecuador, que se llevan a cabo para promocionar el producto que se ofrece como último al consumidor.

3.1.3.4. Factor Tecnológico

- **Innovación y desarrollo:**

Las empresas ecuatorianas cada vez apuestan en invertir en desarrollo e innovación, partiendo del mejoramiento productivo, construcción de plantas, creación de espacios para este tipo de propuestas, consideradas como estrategias que permiten al Ecuador ascender hacia indicadores internacionales, para ganar mercado y generar nuevos conocimientos.

- **Capacidad de producción:**

La capacidad de producción está determinada por factores entre tiempo, recursos, unidades donde son utilizados para la transformación tanto de materiales como objetos, para un periodo de tiempo ya determinado, tomando en cuenta la demanda del mercado, disponibilidad y suficiencia tanto de recursos físicos e intangibles de la empresa.

- **Alianzas estratégicas.**

Las relaciones de negocio, son generadas mediante una alianza estratégica donde el objetivo es el incremento de la reciprocidad comercial entre distintos países; al menos 170 empresarios del Ecuador y peruanos se sumaron a generar oportunidades de negocio con un aproximado de 11,19 millones de dólares, superando los paradigmas de negocio para generar una efectividad de este componente.

3.1.3.5. Factor Ecológico

- **Ley de protección ambiental:**

Según el registro oficial suplemento número 983 del 12 de abril del 2017, denominado Código Orgánico del Ambiente garantiza el derecho de las personas a vivir en un ambiente sano equilibrado ecológicamente, salvaguardando los derechos de la naturaleza para la ejecución del Sumak Kawsay; el cumplimiento del código es obligatorio para toda entidad, organismo, y dependencias que están comprendidas al sector público, personas naturales, jurídicas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades u colectivos.

- **Consumo de agua:**

Según el TULSMA (Texto Unificado de Legislación Secundaria Ministerio del Ambiente) que contiene la Norma de Calidad Ambiental y de Descarga de Efluentes: Recurso Agua; establece los límites permisibles, disposiciones y prohibiciones para la descarga de cuerpos de agua o sistemas alcantarillado, así como criterios de calidad de agua de los distintos usos y métodos y procedimientos para determinar presencia de contaminantes en el agua.

3.1.3.6. Factor Legal

- **Ley orgánica de regulación y control de poder de mercado:**

Las regulaciones son efectuadas por dicha entidad, para exigir que en el mercado no existan prácticas desleales, exigiendo lealtad y promover el desarrollo de cada una de las actividades económicas generadas dentro del país.

- **Código de Trabajo:**

El registro oficial suplemento número 167 del 16 de diciembre del 2017, con estado vigente, denominado Código de Trabajo, es el encargado de la regulación de las relaciones empleador-trabajador, aplicando las modalidades y condiciones de trabajo.

- **Seguridad y salud:**

El reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y de medio ambiente de trabajo, es aplicable a toda actividad laboral y centro de trabajo, teniendo en cuenta el objetivo de prevención, disminución o eliminación de los riesgos del trabajo y el mejoramiento continuo del medio ambiente de trabajo.

Figura 1

Análisis PESTEL

PERFIL PEST	FACTORES	MUY NEGATIVO	NEGATIVO	INDIFERENTE	POSITIVO	MUY POSITIVO
POLÍTICO	Reforma Laboral				X	
	Regulaciones por la Superintendencia de Control de Poder de Mercado			X		
ECONÓMICO	Tasa de desempleo				X	
	Estancamiento económico		X			
	Tratados comerciales				X	
SOCIALCULTURAL	Tendencias de moda		X			
	Expoferias realizadas por PROECUADOR				X	
TECNOLÓGICO	Innovación y desarrollo		X			
	Capacidad de producción		X			
	Alianzas Estrategicas				X	
ECOLÓGICO	Ley de protección ambiental				X	
	Consumo de agua		X			
LEGAL	Ley orgánica de regulación y control de poder de mercado					X
	Código de trabajo				X	
	Seguridad y salud		X			

Elaborado por: Autora

3.1.4. Matriz de priorización FODA

Tabla 4 FODA

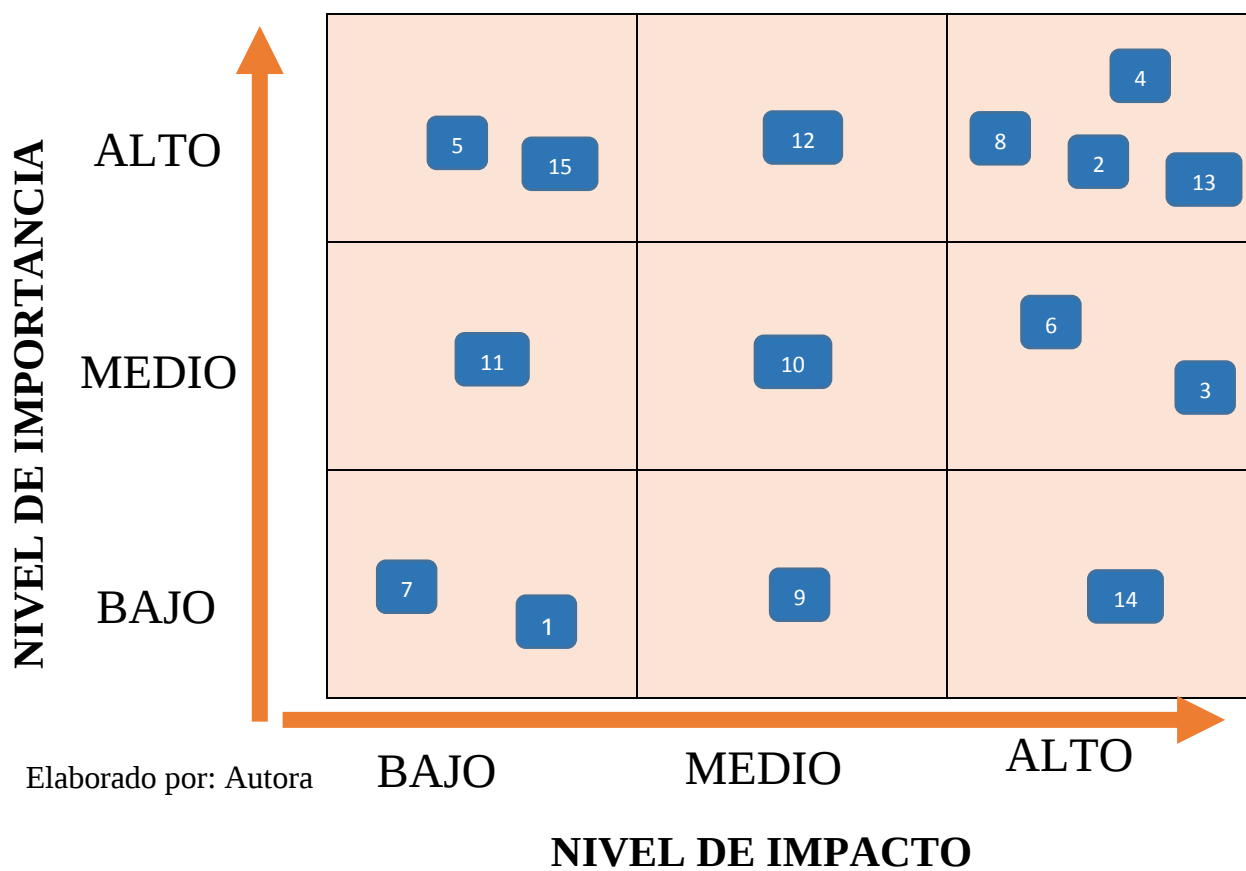
MATRIZ FODA DEL TALLER ARTESANAL “TEXTILES TABANGO”	
Fortalezas	Debilidades
• Sistema de ahorro de papel • Empleados afiliados al IESS • Protecciones de seguridad para empleados. • Cumplimiento de sueldo de acuerdo a la ley. • Conocimiento y aplicación de obligaciones tributarias y mercantiles. • Confianza y fidelidad del cliente.	• Poco conocimiento del tema RSE. • Falta de motivación a los empleados. • Capacitaciones no acordes al desempeño en la empresa. • No cuenta con un manual de seguridad y conducta. • Carencia de recurso tecnológico. • No posee estrategias idóneas para aplicar RSE. • Alto nivel de inventario.
Oportunidades	Amenazas
• CERES promulga la adopción de RSE. • Disposición de conocer y aplicar el RSE. • Mejoramiento de capacidad en contratación y permanecía del capital de trabajo. • Reputación institucional. • Sostenibilidad a largo plazo. • Responsable con el recurso humano. • Ventaja competitiva.	• Cambios en la política de importaciones para empresas nacionales. • No existe normativa que sancione el no cumplimiento de RSE. • Barreras de importación altas. • Clientes no exigen cumplimiento de RSE. • Aparición de nuevos competidores del sector.

-
- Desarrollo de producto sustituto.
 - Incremento de riesgo país.
-

Elaborado por: Autora

3.1.5. Matriz de Materialidad

Tabla 5 Matriz de Materialidad



GERENTE

1. Cuidado ambiental
2. Actividades de integración
3. Liderazgo
4. Código de conducta

EMPLEADOS

5. Clima laboral
6. Formación continua
7. Condiciones laborales
8. Salud y seguridad ocupacional
9. Remuneración

CLIENTES

10. Calidad del servicio y producto
11. Incentivar la cultura RSE
12. Conducta ética

COMUNIDAD

13. Relación con la comunidad

- 14. Gestión de residuos
- 15. Generación de empleo

3.1.5.1. Análisis de la Matriz de Materialidad

Para la elaboración de la matriz de materialidad, se ha clasificado según el grupo de interés, donde podemos observar los aspectos que se requieren mejorar en el nivel de impacto alto y nivel de importancia alto como los aspectos o actividades de integración, código de conducta, salud y seguridad ocupacional y relación con la comunidad puesto que requieren implementar medidas de mejora con carácter urgente, por otro lado los aspectos que se deben mejorar en el nivel de impacto medio y nivel de importancia alto que se refiere a la conducta ética ya que este punto es importante en la empresa, donde si existe un cumplimiento de este aspecto se podría evitar problemas futuros, además debemos considerar el nivel de impacto alto y el nivel de importancia media que son el liderazgo y formación continua que son puntos donde debe tomar medidas de mejora.

Otro de los puntos a mejorar, son el nivel de impacto medio y nivel de importancia bajo que es incentivar la cultura de Responsabilidad Social Empresarial, otro aspecto que se debe continuar en tema de mejoramiento es el clima laboral y la generación de empleo puntos importantes para lograr el éxito de la empresa.

3.2. Discusión

Para la discusión es importante remarcar que los niveles de fiabilidad de la información tanto interna como externa, se han sustentado mediante la validación de los instrumentos de investigación pertinentes.

El gerente y sus trabajadores concuerdan que existe una buena comunicación, el trato hacia su personal parte de los valores tanto de amabilidad y respeto, ofrecen un buen ambiente laboral, un sueldo y beneficios de ley como estipula el código de trabajo e IESS, y un horario adecuado con turnos diurnos y vespertinos con diferente personal que les permite atender su entorno familiar y personal.

Por otro lado, el gerente afirma tener una planta de tratamiento para el agua tinturada, la cual ayuda a no generar contaminación, considerando así que no se generan afectaciones a la comunidad. De la misma manera el gerente afirma que la empresa controla la de emisión de gases por un caldero con las seguridades y especificaciones establecidas, el agua tinturada no es desechada sino tratada, los productos químicos son utilizados con seguridad y protección, el uso de papel es minimizado por la tecnología aplicada y la energía es controlada pues la maquinaria se prende día con día.

Por el contrario, el gerente y sus trabajadores tiene desconocimiento sobre el tema Responsabilidad Social Empresarial tanto su modo de aplicación empresarial y las políticas que se pudieren implantar, de igual manera al tema de ODS y Pacto Mundial que pudieren aplicar a la empresa. El gerente afirma tener un reglamento más no un código de conducta, de igual manera no existe un reglamento de salud y seguridad por ser artesano, no existen programas de desarrollo profesional, no existen capacitaciones profesionales solo de seguridad, no existe la contratación de mujeres por la actividad de la empresa, programas de ayuda comunitaria, estrategia reducción de agua, sin embargo este puede ocasionar problemas al momento de una inspección.

El gerente ha definido su grupo de interés como se puede evidenciar en la matriz de materialidad, por el contrario no se difunden aspectos financieros, puestos que sus ingresos son bajos.

Los habitantes concuerdan en que la empresa no genera afectaciones a su entorno familiar, puesto que la problemática de contaminación mayor es por parte de empresas Pinto, de igual manera si existe apoyo a actividades comunitarias y generación de empleo a los miembros del sector. Por lo tanto, los clientes afirman que los productos que oferta la empresa son de calidad, tiene un precio justo, la atención brindada es buena, trata de incentivar programas de uso responsable del producto vendido, de igual manera la publicidad ética atraería más clientes, la solución de problemas de pobreza, contaminación y corrupción generaría una ventaja competitiva.

Por otro lado los habitantes del sector desconocen la actividad de la empresa y aquellos beneficios que brinda a la comunidad, esto puede ser ocasionado por una falta de socialización por parte del presidente de la comuna. Por último los clientes muestran un desinterés por productos que eviten la contaminación ambiental, es decir no están dispuestos a pagar más productos que respeten el medio ambiente o que apoyen causas sociales, puesto se vería afectada su economía para la adquisición del producto.

Luego de haber determinado aspectos relevantes para el tema de la investigación, mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos, podemos mencionar que la empresa requiere un modelo de plan de Responsabilidad Social Empresarial que es un documento de gestión y evaluación donde se defina un marco y directrices generales a seguir por todos los colaboradores de la empresa, centrada en el compromiso de llevar o no a cabo las modificaciones dentro del negocio necesarias para su sistema de gestión, el plan debe ser viable y estudiado a detalle con la adaptación de las necesidades y aspiraciones que persigue la empresa.

4. PROPUESTA

4.1. Macro y micro localización

4.1.1. Macro Localización

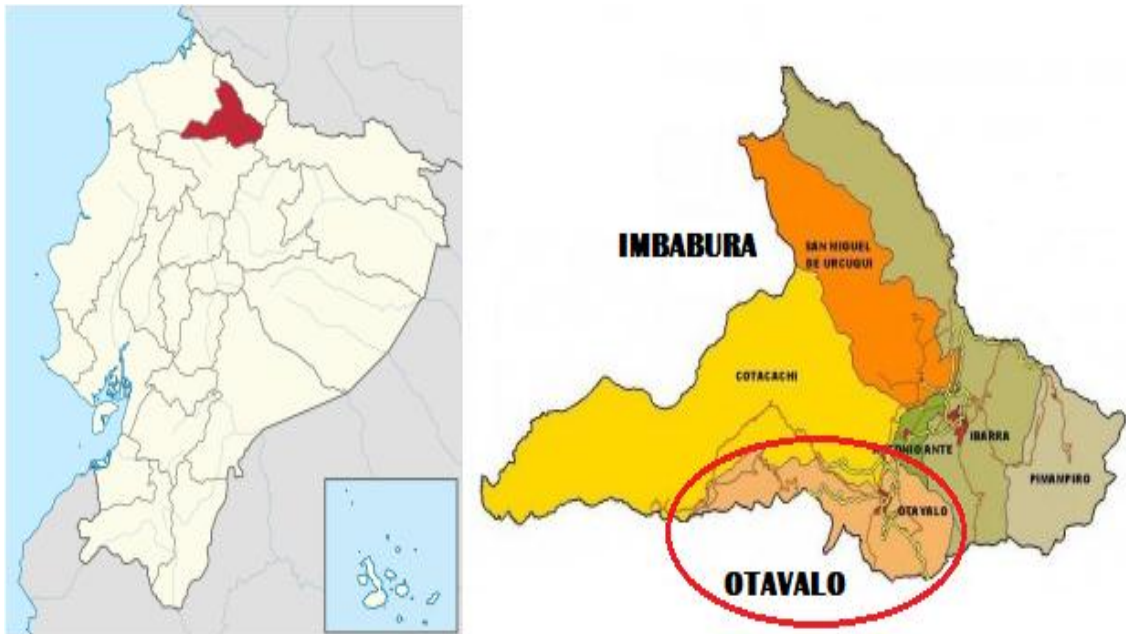


Figura 2 Mapa del Cantón Otavalo

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” se encuentra ubicada en el Ecuador, en la provincia de Imbabura en el cantón Otavalo, en la comunidad de Cotama.

4.1.2. Micro Localización

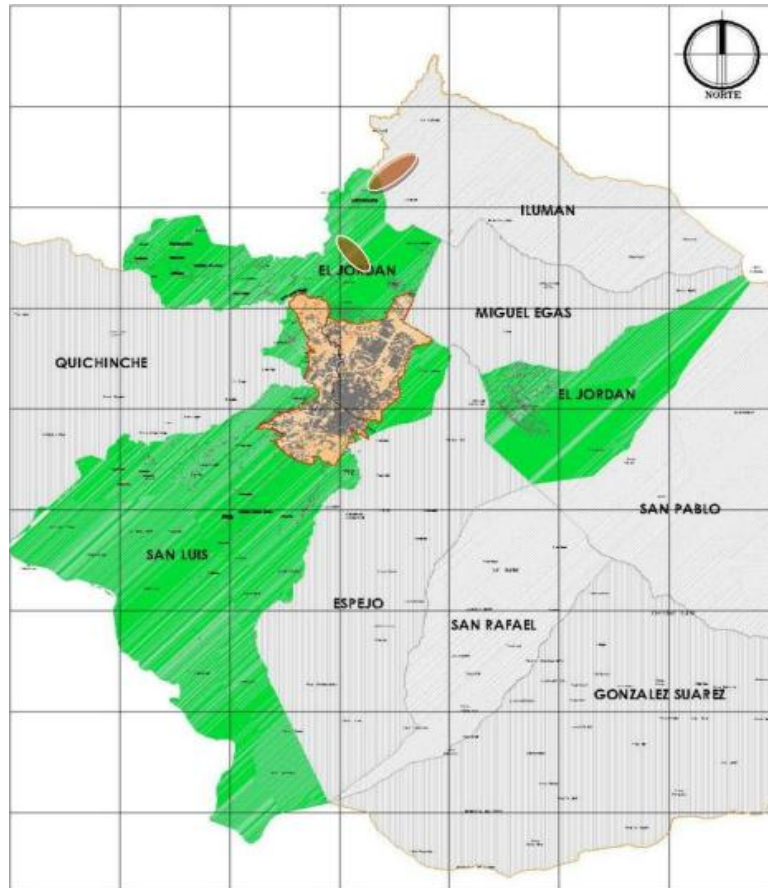


Figura 3 Mapa de Parroquias Urbanas de Otavalo

La cabecera cantonal está conformada por dos parroquias San Luis y El Jordán, en las cuales se comprenden barrios urbanos, urbanos marginales y comunidades; nos centramos en la parroquia San Luis que abarca comunidades las cuales son Guanansi, Ugsha Loma, Imbabuela Alto y Bajo, Mojanda, Mojanda Mirador, San Francisco de la Rinconada, San Juan, Esperanza, Libertad, Uyancha, Patalanga, San Luis de Pigulca, Gualapuro y la comunidad Cotama, que es objeto de estudio.

4.2. Misión

Somos un taller artesanal que busca satisfacer a nuestros clientes a través de la calidad en de los productos, aprovechando al máximo los recursos sin generar desperdicios innecesarios, basándonos en el código de conducta, generando relaciones de confianza duraderas entre el grupo de interés y cumpliendo con los deberes sociales y medio ambientales.

4.3. Visión

Para el año 2024 ser un taller artesanal líder en la zona norte del país en la producción y comercialización de hilos de lana en diversos colores con altos estándares de calidad, reconocidos por la excelencia del servicio y la implementación de responsabilidad social empresarial.

4.4. Plan de RSE

4.4.1. Estrategia de RSE

Para la elaboración del plan de Responsabilidad Social Empresarial y cada una de las estrategias a desarrollar para el Taller Artesanal “Textiles Tabango”, están relacionadas a las problemáticas descubiertas tras recolección de datos mediante los instrumentos aplicados, los cuales han sido descritos en la matriz de materialidad.

4.4.1.1. Problemática 1: Falta de actividades de integración.

Objetivo: Mejorar en un 50% la integración entre Jefe-Empleados del Taller Artesanal “Textiles Tabango”, en el transcurso del año 2019.

Estrategia: Mejorar y potenciar las relaciones interpersonales entre los miembros de la empresa.

Soluciones Planteadas:

1. Realizar actividades de integración del personal.
2. Generar campañas de pausas activas.
3. Couching empresarial
4. Fomentar el trabajo en equipo

Desarrollo de las soluciones planteadas:

1.1. Actividades de integración de personal:

1.1.1. Navidad:

Realizar un evento por día de navidad es un acontecimiento importante para la empresa, puesto que tiene como objetivo motivar al personal y reunir a todos los

miembros de la empresa, donde la idea propuesta es salir de lo cotidiano, ofrecer originalidad, actividades participativas, sorpresas y diversión, en un ambiente cómodo y relajado, buscando una mejor relación personal entre jefe y empleados. Dentro de este apartado se ha determinado realizar una cena navideña con todos los miembros de la empresa acompañados de su familia.

Tabla 6 Presupuesto Navidad

PRESUPUESTO ESTIMADO CENA NAVIDEÑA			
Detalle	Número de personas	Precio Unitario	Precio Total
Plato cena			
“Leyre Restaurante”	20	8,00	160,00
Obsequios navideños	10	4,00	40,00
Total			200,00

Elaborado por: Autora

1.1.2. Fin de año:

Fin de año es una fecha especial para la empresa, por lo general las oficinas se encuentran decoradas, los empleados tienen un mejor humor y se vive un ambiente completamente distinto al del resto del año, por lo tanto para la celebración de esta fecha se propone una caminata ecológica acompañados de su familia, siendo un escenario de gran importancia donde se ve reflejada la felicidad de los empleados, combatiendo el estrés y fomentando un bienestar físico y mental, para mejorar el

clima laboral incrementando la eficiencia y productividad de la empresa. Las caminatas ecológicas favorecen al cambio de estado de ánimo de las personas, al respirar aire puro, caminar largas distancias, exponerse al sol, tomar una ducha refrescante de agua fría y apreciar la majestuosa biodiversidad, estos y otros factores nos conllevan a que el cerebro sintetice y libere el cuarteto de la felicidad comprendido por la serotonina, endorfina, oxitocina y dopamina, volviéndose más productivo, creativo, mejor memoria y brindar soluciones al instante.

Tabla 7 Presupuesto Caminata

PRESUPUESTO ESTIMADO CAMINITA ECOLÓGICA			
Detalle	Número de personas	Precio Unitario	Precio Total
Refrigerios	20	5,00	100,00
Total			100,00

Elaborado por: Autora

1.1.3. Aniversario de la empresa:

El aniversario de la empresa es uno de los momentos donde se ofrece mayor fidelidad y seguridad por parte de los empleados, siendo una manera excelente de promocionarse a nivel externo, partiendo de la organización y planificación para la fecha se ha visto necesario la implementación de una misa de acción de gracias por los logros obtenidos en la trayectoria actual, y la bendición a todos los colaboradores que ha hecho posible la permanencia y crecimiento de la empresa; y un almuerzo con todos los miembros de la organización para celebrar el aniversario

de la empresa, misma que constará con una charla de la evolución y crecimiento por parte del propietario de la empresa, y posterior a ellos una entrega de reconocimiento a los empleados por su ardua labor, reconociendo que gracias a ellos y todo el equipo de trabajo se han logrado los objetivos propuestos.

Tabla 8 Presupuesto Aniversario

PRESUPUESTO ESTIMADO ANIVERSARIO EMPRESA			
Detalle	Número de personas	Precio Unitario	Precio Total
Misa	-	15,00	15,00
Almuerzo			
“Leyre Restaurante”	7	5,00	35,00
Placas de reconocimiento	7	3,50	24,50
Total			74,50

Elaborado por: Autora

1.1.4. Día de Familia:

El objetivo principal de esta actividad es establecer una relación más cercana con los empleados, mostrarnos emotivos en un entorno informal, jovial y desarrollado, donde debemos darle importancia a lo pequeño, realizaremos un concurso entre familias con distintos juegos como:

Tabla 9 Actividades Día de Familia

JUEGO	ACTIVIDAD
La rayuela	Se dibuja cuadrados enumerados hasta el 10, se deberá tener una ficha tirarla en el cuadrado y se deberá saltar con un pie, si la ficha cada en el borde del cuadrado perderá su turno y le toca al siguiente, ganara el primero en cruzar todos los cuadrados.
El juego del pañuelo	Se divide equipos con igual número de integrantes, situándose frente a frente con un número asignado, la persona juez del equipo gritara: “preparados-listos-ya, número 1”; en ese instante un representante del equipo que se grite correrá a hacer con el pañuelo antes que su oponente, gana el equipo que haga más veces con el pañuelo.
La soga o cuerda	Se traza una línea que divide el lugar de juego y en la mitad de la cuerda se atara un pañuelo, se realizan 2 grupos con igual número de jugadores, una vez dada la señal los jugadores tiran de la cuerda hacia su lado y ganara quien logre arrastrar el equipo a la otra línea.
Sillas musicales	Se colocará varias sillas, la cantidad de jugadores menos una, alguien estará de juez con la música y los jugadores bailaran alrededor de las sillas, al detener la música se tomara una sienta y por cada ronda se descontara una silla, ganará el que logre sobrevivir a la silla.

Elaborado por: Autora

Al finalizar la ronda de juegos se premiará a los ganadores, y por último se concluirá con una pequeña parrillada ofrecida como agradecimiento de asistencia a la invitación realizada por la empresa como el pasar tiempo ameno con cada una de las familias.

Tabla 10 Presupuesto Día de Familia

PRESUPUESTO ESTIMADO DIA DE FAMILIA				
Actividad	Detalle	Número de Personas	Precio Unitario	Precio Total
Materiales para juegos	Pañuelos			
	Sogas	20	1,50	30,00
	Sillas			
Parrillada	Carne			
	Pollo			
	Chorizo			
	Choclos	20	5,00	100,00
	Papas			
	Tomate			
	Cebolla			
	Refresco			
Total				130,00

Elaborado por: Autora

1.1.5. Cumpleaños de los miembros de la empresa:

Al realizar un seguimiento sobre las fechas de nacimiento de nuestros empleados, y brindar la oportunidad de realizar una celebración con un desayuno o almuerzo acompañado de un pequeño presente sea en la organización o fuera de ella, haciéndoles sentir que merecen un trato especial, al reconocer como empresa el cumpleaños de los miembros aumenta la moral y la motivación, equilibrando la satisfacción laboral. La empresa realizará una rueda de cumpleaños el cual contendrá:

- Día libre
- Fiesta de pizzas
- Almuerzo
- Cena
- Partido de fútbol
- Tarjeta de regalo

El empleado que este de cumpleaños hará girar la rueda creando un ambiente de originalidad, diversión y emoción para todos los miembros de la empresa, pues se prestarán a animar el juego, pues podrían salir beneficiados de igual manera.

2.1. Campañas de pausas activas:

La costumbre de permanecer 8 horas al día trabajando, para luego llegar a descansar, es parte de la rutina diaria donde no podemos alcanzar ningún tipo de actividad física cayendo en un estado de sedentarismo, donde la falta de tiempo no deberá ser una excusa que deje de lado apoyar a la salud de los empleados, brindando beneficios como:

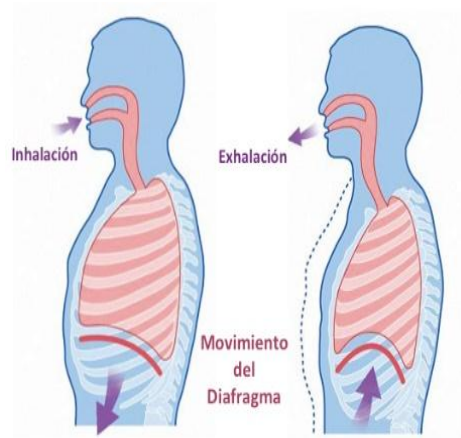
- Reducir el estrés
- Disminuir la fatiga física y mental
- Mejoramiento del desempeño laboral
- Propicia la relajación muscular
- Ayuda a la circulación sanguínea
- Elimina sustancias tóxicas.

En la realización de las pausas activas, solo necesitamos 15 minutos y un espacio pequeño adecuado a cualquier hora del día, donde podamos realizar los siguientes ejercicios:

Tabla 11 *Ejercicios Pausas Activas*

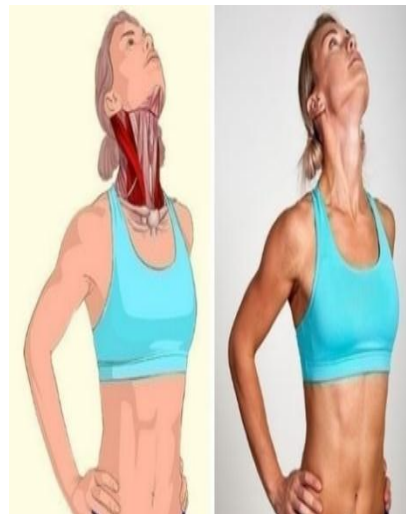
Inhalar y exhalar con hundimiento de ombligo.

Respiración
(10 veces)



Cabeza hacia adelante y atrás.

Distensión del Músculo
Posterior Cuello
(30 segundos)



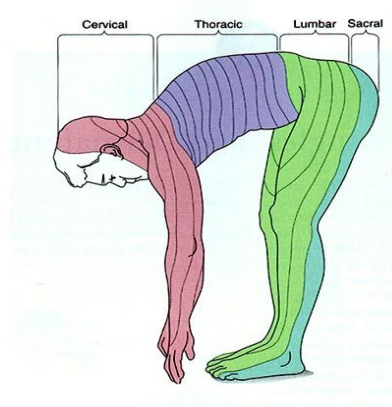
Cabeza de lado izquierdo y derecho.

Distensión del Músculo
Lateral Cuello
(30 segundos)



Doblar el tronco hacia adelante intentando tocar con los dedos la punta de los pies.

Distensión del Músculo
Posterior Columna
(30 segundos)



Doblar el tronco al lado izquierdo con la mano en la cadera, luego el mismo ejercicio lado derecho.

Distensión del Músculo
Lateral Columna
(30 segundos)



Distención del Músculo
Abductor a Hombro
(30 segundos)

Levantar con el brazo izquierdo con la misma altura de hombro y empujar con la mano derecha el codo, hasta lograr tocar la muñera del brazo izquierdo con el hombro derecho, y realizar con el brazo derecho la misma acción.



Distención Músculo
Extensor y Flexor
Muñeca
(30 segundo)

Estirar brazos hacia adelante, tomar dedos de las manos y ponerlos hacia atrás.



Distención Músculo
Extremidades Inferiores
(30 segundo)

Alternar las piernas para trabajo de diferentes músculos del cuerpo.



Elaborado por: Autora

3.1. Coaching empresarial:

El desarrollo y la formación continua de nuestro talento humano son imprescindibles en la época actual; sin embargo, se debe mejorar no solo competencias profesionales, sino desarrollarse a nivel personal, mediante la eficacia en resultados y motivando a los trabajadores a la contribución de la satisfacción tanto personal como profesional. Para la implementación del coaching empresarial se ha visto necesario seguir las siguientes fases:

1. Valoración y diagnóstico: Realizar un análisis de la situación inicial para ayudar a determinar el objetivo al cual se desea llegar, para ello es necesario explicar el objetivo del coaching empresarial que se centra en el desarrollo de competencias y el incremento de rendimiento, enfocadas a la mejora de la comunicación del equipo de trabajo.
2. Fase de diseño: Partimos con el establecimiento de metas basados en la herramienta SMART que significa (específicos, medibles, alcanzables, orientado a resultados y fecha límite de ejecución), puesto que la técnica muestra una estructura clara de los objetivos y ayuda a determinar la meta con pasos detallados.
3. Fase puesta en marcha: Las sesiones del coaching tendrán una duración de 60 a 90 minutos, según sea el objetivo que se desea alcanzar con un plazo de 6ª a 10 sesiones, en cada uno se realizara un control de progreso y puesto en práctica.

4. Fase de seguimiento y evaluación: Se realizará informes dirigidos al trabajador, donde al final se efectuará una evaluación sobre lo que se ha logrado o no con el objetivo planteado y las competencias que se han adquirido, la evaluación final será conveniente realizarla pasando 2 a 3 meses desde el final de las reuniones donde se verificará el cambio logrado.

4.1. Fomentar el trabajo en equipo:

Se busca la inclusión de las personas, con el fin de ayudar a toda la organización, es decir, todos los miembros de la empresa deben colaborar y apoyar al cumplimiento de los objetivos, siendo parte de un equipo de trabajo, que involucra compromiso, liderazgo, armonía, responsabilidad, voluntad organización y cooperación con cada miembro, siempre que exista un líder quien será el encargado de supervisar, coordinar actividades y que sus miembros cumplan con normas antes propuestas.

Beneficios de implementar la estrategia:

- Integración y fortalecimiento de las relaciones entre compañeros de trabajo.
- Aumentar el espíritu en la formación de equipos.
- Mejoramiento de la comunicación interna.
- Fortalecimiento de la cultura organizacional.
- Clima laboral más agradable para todos los miembros.
- Desarrollo del compromiso para lograr el cumplimiento de metas u objetivos establecidos.
- Mejoramiento de las relaciones jefe-empleados.

4.4.1.2. Problemática 2: Falta de un código de conducta.

Objetivo: Establecer un código de conducta para los miembros del Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Estrategia: Diseñar, socializar y difundir el código de conducta propuesto por el Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Solución planteada:

1. Diseño del código de conducta u comportamiento para el Taller Artesanal “Textiles Tabango”
2. Socializar y difundir el código de conducta al Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Desarrollo de las soluciones planteadas:

1.1. Código de conducta:

Introducción

El presente código de conducta es una guía sobre el comportamiento que se ha diseñado para regular las actuaciones ante diversas situaciones misma que podemos encontrar en el trabajo diario.

El código de conducta se aplica a todos los miembros de la empresa, sin importar posición o nivel de responsabilidad.

Objetivo

Dar a conocer al grupo de interés que el Taller Artesanal “Textiles Tabango”, se encuentra normado por el código de conducta, mismo que debe cumplirse partiendo de los criterios específicos de las normas de comportamiento establecidas para el fortalecimiento de la cultura empresarial.

Misión

Somos un taller artesanal que busca satisfacer a nuestros clientes a través de la calidad en de los productos, aprovechando al máximo los recursos sin generar desperdicios innecesarios, basándonos en el código de conducta, generando relaciones de confianza duraderas entre el grupo de interés y cumpliendo con los deberes sociales y medio ambientales.

Visión

Para el año 2024 ser un taller artesanal líder en la zona norte del país en la producción y comercialización de hilos de lana en diversos colores con altos estándares de calidad, reconocidos por la excelencia del servicio y la implementación de responsabilidad social empresarial.

Valores y Principios

Responsabilidad Social y Ambiental:

Aportar positivamente en el desarrollo de la comunidad realizando programas de ayuda social, donde la empresa logre generar una ventaja competitiva, colaborando en el cuidado ambiental y lograr así la reducción de la contaminación.

Respeto:

Tratar a las demás personas con dignidad y educación, manteniendo una buena relación tanto comunitaria como laboral, puesto que el valor primordial debe ser practicado por todo el personal de la empresa, practicando competencia justa y leal partiendo de principios éticos para lograr una mejor relación con el grupo de interesados.

Honestidad:

Este es un componente principal de la integridad de la empresa, donde puede establecer relaciones en base a la confianza, logrando un bien común.

Desarrollo de los colaboradores:

La empresa será participe del desarrollo de cada uno de los miembros de la empresa, mejorando así su calidad de vida, promoviendo una estabilidad laboral de los colaboradores y sus familia.

Trabajo en equipo:

Se busca compartir las experiencias, conocimientos y esfuerzos entre jefe-trabajadores, para lograr alcanzar un objetivo común, lo que supone un trabajo basado en el liderazgo, compromiso y flexibilidad, frente a un ambiente con enriquecimiento mutuo, el cual es valorado y respetado tanto en opiniones como ideas, donde el trabajo de uno es el trabajo de todos.

¿Qué se espera de cada uno de nosotros?

Se debe actuar con valores y cumpliendo el presente código apegado al marco legal y las normas propuestas vigentes que son aplicables al trabajo diario.

Responsabilidad del líder

El líder de la empresa tiene la responsabilidad de dar el ejemplo sobre el cumplimiento del presente código e influir de manera positiva con el equipo de trabajo,

promoviendo conductas adecuadas y cumpliendo con los requerimientos normados. Tratando de demostrar el compromiso como:

- Reforzar el cumplimiento del código con el grupo de trabajo.
- Ser un ejemplo a seguir
- Reconocer y motivar a cada miembro con la actuación de valores y principios.
- Fomentar la confianza acompañada de la comunicación de los miembros manteniendo un dialogo abierto.
- Obligación de reportar cada uno de los acontecimientos u problemas suscitados.
- Tomar acciones ante el incumplimiento del presente código.

Compromisos con el grupo de interés

El código de conducta establece los valores y principios del Taller Artesanal “Textiles Tabango” en base a directrices que reflejen el compromiso con los grupos de interés.

Compromiso con nuestros trabajadores

- Diversidad y respeto.- se ofrece un ambiente de respeto, rechazando toda práctica que vulnere derechos de las personas, el acoso laboral no se tolera en la empresa, fomentar el crecimiento profesional y promover el aprendizaje continuo.

- Ambiente seguro y saludable.- aseguramos que el ambiente de trabajo es seguro, productivo y saludable que nuestros colaboradores, preocupados por brindar las medidas necesarias para preservar la integridad tanto física y mental. Bajo ninguna circunstancia se admite el uso de sustancias psicotrópicas dentro de las instalaciones en horarios de trabajo.

Compromiso con nuestros clientes

- Integridad en la participación de mercados.- El trato hacia nuestros clientes parte con responsabilidad y respeto, de manera que honre las promesas, acuerdos y compromisos que se hayan establecido en la empresa, que busca mantener la confianza y fidelidad de los clientes, partiendo de la entrega de productos y servicios de calidad, y la información transparente para con ellos. La competencia es honesta y cumple con normativa legal partiendo de los principios regulatorios de mercados.

Compromiso con la comunidad

- Buenas relaciones comunitarias.- la responsabilidad como miembros de la empresa es desempeñar un papel con carácter activo positivo, sustentando de manera justa, digna y sostenible. Promoviendo relaciones sinceras con un beneficio mutuo para la sociedad y la comunidad en donde se desarrolla la empresa. La actuación es de manera socialmente responsable, partiendo de leyes, costumbres y tradiciones que contribuyen de forma directa al desarrollo sostenible.

- Protección al medio ambiente.- la importancia del medio ambiente recae sobre generaciones futuras y presentes, donde la sostenibilidad de la empresa, parte del desarrollo de actividades ambientales sostenibles en el tiempo, siempre que cumpla la ley y las normas establecidas para la operación, promoviendo una cultura de conciencia ambiental y uso eficiente de recursos, buscando aquellas posibles soluciones para la minimización de impactos relacionadas hacia riesgos de carácter ambiental.
- Cumplimiento de leyes y regulaciones.- se cumple con las leyes, normas y reglamentos que rigen a la empresa, de la misma manera se reporta a las instancias superiores cualquier incumplimiento que exista sea de la empresa o por terceros, actuando con la integridad que nos caracteriza.

Canal de comunicación

El canal de comunicación que se utilizó para la difusión del Código de Conducta del Taller Artesanal “Textiles Tabango” será mediante el envío del archivo en pdf a los correos de cada uno de los colaboradores y la entrega en físico del documento, cada uno de los miembros podrán realizar llamadas telefónicas de manera anónima y responsable cuando consideren estar en desacuerdo con lo estipulado en el presente código, así como la preocupación de violación del código por otros trabajadores.

2.1. Socialización y difusión del código de conducta

Terminado el código de conducta del Taller Artesanal “Textiles Tabango” procederá a la socialización y difusión convocando a una reunión con todos los

miembros de la empresa, dando a conocer como ha sido elaborado, los parámetros tomados en cuenta y los beneficios que logrará la empresa con la implementación del mencionado código, posteriormente se procederá a entregar un documento en físico del código de conducta para que los miembros tenga conocimiento y frente a cualquier duda puedan consultarlo en el impreso entregado.

Beneficios de implementar la estrategia:

- Lograr identificar a cada empleado con los valores empresariales ya establecidos, generando fidelidad, motivación y atracción de nuevos talentos.
- Eficiencia y eficacia de los recursos, reduciendo el control permanente.
- Reducción de riesgos por incumplimiento de leyes o prácticas desleales.
- Mejoramiento de la imagen de la empresa ante sus clientes,
- Es considerado un indicador de responsabilidad social empresarial.

4.4.1.3. Problemática 3: Falta de Salud y Seguridad Ocupacional

Objetivo: Implementar medidas de preventivas y correctivas sobre los diferentes riesgos en el trabajo del Taller Artesanal “Textiles Tabango” mediante la aplicación de la norma vigente en materia de Seguridad y Salud en el trabajo.

Estrategia: Realizar programas de capacitación para los miembros de la empresa, creando conciencia sobre de la importancia de brindar ambientes de trabajo correctas.

Soluciones Planteadas:

1. Realizar capacitaciones a los miembros de la empresa en materia de Seguridad y Salud Ocupacional.
2. Adquisición de implementos de seguridad.
3. Custodiar su propia seguridad.
4. Supervisar y controlar implementos de seguridad.

Desarrollo de las soluciones planteadas:

1.1. Capacitaciones de Seguridad y Salud Ocupacional:

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” solicitará una capacitación sobre Salud y Seguridad Ocupacional en el área de Prevención y Protección Riesgos Laborales a una empresa especializada sobre la temática, donde se pretende precautelar la seguridad de todos los trabajadores tanto de forma técnica, operativa, organizada siempre enfocados al cumplimiento de los requisitos tanto legales como la correcta utilización de herramientas de la gestión empresarial, para lo cual en este proyecto de investigación se sugiere ponerse en contacto con la empresa NATU-RESOURCES empresa dedicada a dictar cursos en materia de Salud y Seguridad Ocupacional, posicionada en el mercado y cuenta con una vasta experiencia en temas de esta magnitud (Ver Anexo VI).

La empresa tomará conciencia y el propietario brindará mejores condiciones de trabajo a todos sus colaboradores, donde se promueva una cultura empresarial en

términos de prevención y protección de riesgos laborales que puedan suscitarse en cualquier momento en la empresa.

Finalmente, el objetivo de la capacitación impartida es facilitar a los trabajadores la información necesaria sobre aquellos riesgos laborales más comunes que pueden suscitarse en el desarrollo de su actividad laboral, y de esta manera tener conocimiento de las medidas que existen de prevención frente a los riesgos, para una mejor eficiencia sin estar expuestos al peligro.

Tabla 12 Presupuesto Capacitación SSO

PRESUPUESTO ESTIMADO CAPACITACIÓN SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL			
Detalle	Número de Personas	Precio Unitario	Precio Total
Capacitación NATU-RESOURCES	7	120,00+IVA	940,80
Total			940,80

Elaborado por: Autora

2.1. Adquisición de implementos de seguridad:

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” tiene la obligación de proporcionar a cada uno de sus trabajadores los equipos de protección individual (EPI) que son adecuados para el desempeño de sus actividades, igualmente vigilar el uso efectivo de los mismo,

por ello se ha dispuesto la adquisición de los implementos de seguridad para la protección del trabajador, los cuales se describen a continuación:

Tabla 13 *Clasificación Equipo de Protección Personal*

ÁREA	PERSONAS	ZONA DE RIESGO	EQUIPO
Lavado de lana	1	Ojos, cara, manos y brazos, vías respiratorias.	Gafas de protección estándar. Guantes. Mascarillas autofiltrantes
Secado de lana	1	Ojos, cara, manos y brazos, vías respiratorias.	Gafas de protección estándar. Guantes. Mascarillas autofiltrantes
Tinturado	1	Ojos, cara, manos y brazos, vías respiratorias.	Gafas de protección estándar. Guantes. Mascarillas autofiltrantes
Mezclado	1	Ojos, cara, manos y brazos, vías respiratorias.	Gafas de protección estándar. Guantes. Mascarillas autofiltrantes
Cardado	1	Ojos, cara, manos y brazos, vías respiratorias.	Gafas de protección estándar. Guantes. Mascarillas autofiltrantes
Hilatura	1	Ojos, cara, manos y	Gafas de protección

		brazos, vías respiratorias, cabeza, cuerpo, oídos	estándar. Guantes. Mascarillas autofiltrantes Casco de protección Fajas protectoras
Madejadora y empacado	1	Ojos, cara, manos y brazos, vías respiratorias, cabeza y cuerpo, oídos.	Gafas de protección estándar. Guantes. Mascarillas autofiltrantes Casco de protección Fajas protectoras Orejeras.

Elaborado por: Autora

Una vez descrito los implementos de seguridad necesarios para el trabajo que se realiza en el Taller Artesanal “Textiles Tabango”, se ha determinado contactar a la empresa ecuatoriana INDURA ECUADOR es una empresa líder mundial de gases industriales con operaciones hace más de 75 años, su negocio principal es la producción de gases de aire optimizando procesos y equipos relacionados para manufactura de diversos sectores (Ver Anexo VII).

Tabla 14 Presupuesto EPI

PRESUPUESTO ESTIMADO IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD			
Detalle	Número de Personas	Precio Unitario	Precio Total

Gafas de protección estándar.	7	35,00	35,00
Guantes.	7	35,00	35,00
Mascarillas autofiltrantes	7	40,00	280,00
Casco de protección	2	60,00	120,00
Fajas protectoras	2	25,00	50,00
Protector auditivo	2	3,00	6,00
TOTAL			526,00

Elaborado por: Autora

3.1. Custodiar seguridad personal:

Posterior a la capacitación realizada sobre Prevención y Protección Riesgos Laborales, será obligación de todos los colaboradores aplicar los conocimientos impartidos, es decir evitar los riesgos laborales que pueden ocasionarse y realizar el control de implementos de seguridad, al proporcionar mejores condiciones de trabajo, para mejorar la gestión empresarial, al motivar a los empleados y así lograr los objetivos enfocados hacia la Responsabilidad Social Empresarial.

4.1. Supervisión y control:

El jefe o encargado de los implementos de seguridad, debe realizar la supervisión y control diario del uso de equipo de protección personal denominados a los accesorios u vestimenta necesarios para el trabajador como protección ante posibles lesiones.

Beneficios de implementar la estrategia:

- Mejora las condiciones de trabajo para cada uno de los miembros de la empresa.
- Minimiza los riesgos, costes o pérdidas.
- Aumentar la calidad de vida de los trabajadores, y por ende su fidelización a la empresa.
- Mejora los porcentajes de calidad y su producto final.
- Aumentar las relaciones laborales garantizando la confianza de todos los miembros.
- Disminuye el ausentismo laboral.

4.4.1.4. Problemática 4: Falta de relación con la comunidad.

Objetivo: Expresar una actitud activa de participación en actividades y programas comunitarios.

Estrategia: Instaurar una forma de diálogo con la comunidad, manteniendo una actitud activa de participación para beneficio de las parte interesadas.

Soluciones planteadas:

1. Elaborar un canal de comunicación de dos tipos formal e informal para la comunidad, atendiendo todas las inquietudes suscitadas.
2. Conocer intereses de la comunidad.
3. Compra de materia prima a personas de la comunidad de Cotama.

4. Reclutamiento y selección de personal de la comunidad de Cotama.

Desarrollo de las soluciones planteadas:

1.1. Canal de comunicación:

El jefe del Taller Artesanal “Textiles Tabango” mantendrá contacto con la directiva designada en la Comunidad de Cotama, donde pueda ser informado sobre actividades que serán desarrolladas, donde el objetivo será generar una comunicación bidireccional informando sobre todas las programaciones realizadas por la comunidad, para conocimiento de los intereses comunitarios donde el jefe de la empresa informará a la directiva de la comunidad sobre posibles actividades que se desarrollen para beneficio de la misma, por ende las actividades siempre serán comunicadas mediante difusión parlante, proponiendo los siguientes medios de comunicación:

Tabla 15 Comunicación - Grupo de Interés

GRUPO DE INTERÉS	Tipo de Comunicación	
	Formal	Informal
Directiva	Oficios	Carro Parlante
Habitantes Comunidad “Cotama”	Reuniones	
Habitantes Comunidad “Cotama”	Oficios	Whatsapp
		Mensajes de texto
		Llamada
Directiva	Reuniones	Telefónica

Elaborado por: Autora

2.1. Intereses de la comunidad:

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” implementará en la empresa un buzón de sugerencias que nos permita conocer cuáles son las necesidades de la comunidad y cómo podríamos solucionarlo en conjunto con los habitantes, siempre que se socialice y difunda la existencia para una mejor aceptación.

3.1. Compra de materia prima:

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” se compromete a comprar materia prima que pudiera ofrecer la comunidad de Cotama, con ayuda del presidente de la comunidad, quien tiene más conocimiento sobre los habitantes que podrían ser proveedores de la lana de oveja para la producción de hilos de la empresa, es decir, se pretende instaurar un comercio justo basado en los principios de la creación de oportunidades para los diferentes productores del sector, transparentar y rendir cuentas, desarrollo de nuevas capacidades hacia nuevos mercados, promover el uso de técnicas honestas de publicidad con altos estándares de calidad, la equidad de género valorando el trabajo de la mujer, y las condiciones de trabajo seguro y saludable, promoviendo prácticas medioambientales con la producción más responsable.

4.1. Proceso de selección y reclutamiento:

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” debe contar con un proceso adecuado sobre el reclutamiento y la selección de personal que serán los colaboradores de la empresa, los cuales ayudarán al cumplimiento de los objetivos propuestos, para lo cual se debe

determinar un perfil para cada uno de los postulantes, donde debe evaluarse diferentes aspectos que permitirán el ingreso a la empresa, como:

- Haber terminado como mínimo la educación básica.
- Tener conocimientos básicos sobre el área textil.
- No haber tenido inconvenientes en trabajos anteriores.
- Ser de la comunidad de Cotama de preferencia.
- Facilidad de comunicación.
- Buena presencia.

Una vez que se haya seleccionado la persona idónea para el trabajo, la empresa debe realizar una inducción al nuevo colaborador, seguirá el reglamento interno y el código de conducta del Taller Artesanal, se dará a conocer sus funciones, obligaciones y deberes que tiene que cumplir, para evitar inconvenientes, logrando el cumplimiento de los objetivos y la visión de la empresa.

Por el contrario, en la empresa debe optar por un correcto control sobre el personal lo cual permite a la empresa lograr el cumplimiento de los objetivos previamente establecidos, detectar aquellos riesgos a los que están expuestos, mejorar las relaciones interpersonales y promover la eficiencia y eficacia con un desarrollo profesional basto. Si no existiera el personal con el perfil establecido dentro de la zona comprendida de la comunidad de Cotama, se procederá a buscar la persona con el perfil idóneo en zonas aledañas como ciudadela Los lagos, Imbaya, Rumiñahui entre otros.

Beneficios de implementar la estrategia:

- Contribución al desarrollo de la comunidad.
- Ser socialmente responsable.
- Mejoramiento de comunicación empresa-comunidad.
- Mejoramiento de la imagen empresarial así como su reputación.
- Participación activa-positiva al involucrarse con la sociedad en desarrollo de actividades comunitarias.

Tabla 16 Resumen del Plan de RSE

CUADRO RESUMEN DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL TALLER ARTESANAL “TEXTILES TABANGO”		
Problemática	Soluciones Planteadas	Beneficio de Implementar la Estrategia
Falta de actividades de integración.	- Realizar actividades de integración del personal. - Generar campañas de pausas activas. - Couching empresarial - Fomentar el trabajo en equipo	- Integración y fortalecimiento de las relaciones entre compañeros de trabajo. - Aumentar el espíritu en la formación de equipos. - Mejoramiento de la comunicación interna. - Fortalecimiento de la cultura organizacional. - Clima laboral más agradable para todos los miembros. - Desarrollo del compromiso para lograr el cumplimiento de metas u objetivos establecidos. - Mejoramiento de las relaciones jefe-empleados.
Falta de un código de conducta.	Diseño del código de conducta u	Lograr identificar a cada empleado con los

	comportamiento para el Taller Artesanal “Textiles Tabango” • Socializar y difundir el código de conducta al Taller Artesanal “Textiles Tabango”	valores empresariales ya establecidos, generando fidelidad, motivación y atracción de nuevos talentos. • Eficiencia y eficacia de los recursos, reduciendo el control permanente. • Reducción de riesgos por incumplimiento de leyes o prácticas desleales. • Mejoramiento de la imagen de la empresa ante sus clientes, • Es considerado un indicador de responsabilidad social empresarial.
Falta de Salud y Seguridad Ocupacional	• Realizar capacitaciones a los miembros de la empresa en materia de Seguridad y Salud Ocupacional. • Adquisición de implementos de seguridad. • Custodiar su propia seguridad. • Supervisar y controlar implementos de seguridad.	• Mejora las condiciones de trabajo para cada uno de los miembros de la empresa. • Minimiza los riesgos, costes o pérdidas. • Aumentar la calidad de vida de los trabajadores, y por ende su fidelización a la empresa. • Mejora los porcentajes de calidad y su producto final. • Aumentar las relaciones laborales

		garantizando la confianza de todos los miembros. • Disminuye el ausentismo laboral.
Falta de relación con la comunidad.	• Elaborar un canal de comunicación de dos tipos formal e informal para la comunidad, atendiendo todas las inquietudes suscitadas. • Conocer intereses de la comunidad. • Compra de materia prima a personas de la comunidad de Cotama. • Reclutamiento y selección de personal de la comunidad de Cotama.	• Contribución al desarrollo de la comunidad. • Ser socialmente responsable. • Mejoramiento de comunicación empresa-comunidad. • Mejoramiento de la imagen empresarial así como su reputación. • Participación activa-positiva al involucrarse con la sociedad en desarrollo de actividades comunitarias.

Elaborado por: Autora

Tabla 17 Presupuesto Plan RSE

PRESUPUESTO ESTIMADO PARA LA APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TALLER ARTESANAL “TEXTILES TABANGO”			
EMPRESA:		Taller Artesanal “Textiles Tabango”	
DIRECCIÓN:		Otavalo – Comunidad Cotama	
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Plato Cena “Leyre Restaurante”	20	8,00	160,00
Obsequios Navideños	10	4,00	40,00
Refrigerios Caminata Ecológica	20	5,00	100,00
Misa Aniversario Empresa	1	15,00	15,00
Almuerzo Aniversario Empresa “Leyre Restaurante”	7	5,00	35,00
Placas de Reconocimiento Aniversario Empresa	7	3,50	24,50
Materiales para juegos integración	20	1,50	30,00
Parrillada	20	5,00	100,00
Capacitación NATU-RESOURCES	7	120,00+IVA	940,80
Gafas de protección estándar	7	35,00	35,00
Guantes	7	35,00	35,00
Mascarillas autofiltrantes	7	40,00	280,00
Casco de protección	2	60,00	120,00
Fajas protectoras	2	25,00	50,00
Protección auditiva	2	3,00	6,00
Total			1971,30

Elaborado por: Autora

4.4.2. Costo -Beneficio

El costo beneficio de la implementación y operación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial para el Taller Artesanal “Textiles Tabango, es la contribución a la prevención de riesgos laborales, mejorar el clima laboral y contribuir al desarrollo comunitario, por otro lado el beneficio es incrementar la rentabilidad de carácter económico de la empresa, mejorando su imagen empresarial, aumentando su productividad, por lo cual se espera una recuperación de esta inversión al largo plazo, a través del incremento productivo y su rentabilidad económica.

4.5. Comunicación y Difusión de Resultados del Plan de Responsabilidad Social Empresarial

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” como estrategia de comunicación propone el manejo de redes sociales, que servirán para obtener sugerencias y mejorar continuamente el servicio que brinda.

Los resultados obtenidos en la presente investigación se darán a conocer por medio de una socialización a los miembros de la empresa, donde la autora expondrá los hallazgos encontrados como debilidades, proponiendo estrategias para mejorarlas y se dará a conocer cuales fortalezas existen en la empresa que deben mejorar continuamente. Se capacitará a los colaboradores sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial, donde hablaremos de la importancia de implementar y los beneficios que trae el ser responsable en los tres aspectos básicos del tema como la parte ambiental, económico y social que se pretende buscar mediante un equilibrio de estos tres factores, siempre buscando el bienestar del grupo de interés y del medio ambiente en el largo plazo logrando aumentar la rentabilidad empresarial.

Para el grupo de interés se comunicará mediante diferentes medios para dar a conocer la importancia de la empresa y como contribuir al desarrollo, a los colaboradores se les hará la entrega del código de conducta propuesto para la empresa, sin embargo, la implementación de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa mediante medios publicitarios.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de la comunicación de resultados con el grupo de interés:

Tabla 18 *Comunicación con el Grupo de Interés*

GRUPO DE INTERÉS	MEDIO DE COMUNICACIÓN
Gerente	Reuniones
	Oficios.
	Vía telefónica.
Empleados	Reuniones
	Entrega código de conducta
	Whatsapp
Clientes	Correo electrónico
	Redes sociales
	Correo electrónico
Comunidad	Asambleas
	Oficios

Elaborado por: Autora

5. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos podemos concluir que el Taller Artesanal “Textiles Tabango” previo la realización de un análisis exhaustivo, hemos obtenido las posibles problemáticas a las cuales se les otorga una solución que estará comprendida en el Plan de Responsabilidad Social Empresarial, siendo esto un nuevo paradigma de gestión y una fuente de ventaja competitiva para la organización.

Otro de los aspectos que se logró identificar previo la aplicación de encuestas es que los colaboradores no tienen interés por el uso de implementos de seguridad y no les permite realizar las actividades necesarias con mayor soltura, por lo que es fundamental la correcta utilización de los equipos de protección personal en las instalaciones del Taller Artesanal “Textiles Tabango”.

Se logró determinar mediante la utilización de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, no ofrece con regularidad capacitaciones en tema de Seguridad y Salud Ocupacional, riesgos laborales que pueden ocurrir en las instalaciones de la empresa, no dan a conocer los posibles riesgos a los que están expuestos y tomar medidas de protección.

Podemos concluir que los colaboradores del Taller Artesanal “Textiles Tabango” no tiene una relación de trabajo estrecha, es decir no se fomenta el compañerismo de una manera más significativa, por lo que es necesario generar espacios de convivencia e interacción entre jefes y trabajadores.

En la actualidad el Taller Artesanal “Textiles Tabango” cuenta con un plan de actuación que comprende misión, visión, valores corporativos; pero su enfoque no está orientado hacia el tema de Responsabilidad Social Empresarial, siendo necesario la reestructuración del mismo enfocado a ser socialmente responsable donde se asume todas sus decisiones en compromiso social, ambiental y económico.

La propuesta del Plan de Responsabilidad Social Empresarial ayudará al Taller Artesanal “Textiles Tabango” en la aplicación de medidas correctivas sobre diferentes aspectos que han surgido como el cuidado ambiental, seguridad y salud ocupacional, falta de compañerismo e inexistencia de un código de conducta; al mejorar estos aspectos la empresa brindará mejores condiciones a sus colaboradores y en un futuro logrará ser una empresa sostenible.

6. RECOMENDACIONES

El Taller Artesanal “Textiles Tabango” debe trabajar en la entrega de productos y servicios con un valor agregado, que correspondería a la contribución que hace la empresa al medio y su comunidad externa e interna, enfocándose también al bienestar y desarrollo de las personas que integran su grupo de trabajo, como una forma de valorarlas y considerarlas parte fundamental para el alcance de sus objetivos.

De la misma manera se debe cambiar de cultura organizacional siempre y cuando exista un compromiso de parte de todos sus colaboradores para el mejoramiento continuo de la organización, previo la capacitación en el tema de Responsabilidad Social Empresarial para la obtención de beneficios de ser socialmente responsable y mantener una relación amena con el grupo de interés.

En la empresa es necesario la capacitación de sus colaboradores, para mejorar sus procesos garantizando una calidad en la materia prima, un mayor compromiso de trabajo basado en normativa ética y seguridad ocupacional establecida en el plan de Responsabilidad Social Empresarial.

La aplicación del Código de Conducta posee lineamientos de conducta para todo el grupo de interés, que permite fomentar la comunicación asertiva para la interacción partiendo de actividades éticas y transparentes.

Siendo de mayor importancia la capacitación a sus colaboradores en materia de Salud y Seguridad Ocupacional, permitiendo una formación y conocimiento para evitar riesgos laborales dentro de las instalaciones, minimizando accidentes e incidentes.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abellán, L. (3 de Abril de 2013). *Diferencia entre Responsabilidad Social Corporativa y Empresa Socialmente Responsable*. Obtenido de Marketing Directo: <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/diferencia-entre-responsabilidad-social-corporativa-y-empresa-socialmente-responsable>
- Àgora. (23 de Enero de 2015). *Materialidad: 12 principios básicos y una metodología para la estrategia de RSE (I)*. Obtenido de Àgora, Inteligencia Colectiva para la Sostenibilidad: <https://www.agorarsc.org/materialidad-12-principios-basicos-y-una-metodologia-para-la-estrategia-de-rse-i/>
- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*,, 1-26.
- AITE. (2018). *Historia y Actualidad*. Obtenido de Asociaciòn de Industrias textiles del Ecuador: <http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Calvo, P. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos, Revista de Filosofía*,, 199-232.
- CERES. (1 de Febrero de 2019). *Cifras: CERES en el 2018*. Obtenido de Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social: <http://www.redceres.com/single-post/2019/02/01/Cifras-CERES-en-el-2018>
- Coba Molina, E., Díaz Córdova, J., Zurita Meza, E., & Proaño López, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 23-44.
- Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evoluciòn històrica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social. *Semestre Económico - Universidad de Medellín*, 87-102.

- De la Peña De León, A., & Amezcua Nuñez, J. B. (2017). *Responsabilidad Social Empresarial: Casos y Estrategias de Éxito en México*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo, M., & Rendón Acevedo, J. A. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 196-206.
- ESAN. (28 de Junio de 2016). *Modelos de responsabilidad social*. Obtenido de ESAN: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/modelos-de-responsabilidad-social/>
- Espinosa Posso, S. (2013). *PUCE*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5798/T-PUCE-5954%282%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Eu-Lac. (16 de Julio de 2018). *Consortio Ecuatoriano Para la responsabilidad social CERES*. Obtenido de Eu-Lac Foundation: <https://eulacfoundation.org/es/mapeo/consorcio-ecuatoriano-para-la-responsabilidad-social-ceres>
- Fernández García, R. (2005). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. San Vicente (Alicante): Club Universitario.
- Forética. (2017). SGE 21. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable. *SGE 21*, 2-28.
- Garcidueñas, P. (11 de Agosto de 2015). *¿Qué es un proyecto Triple bottom line y cómo lograrlo?* . Obtenido de EXPOKNEWS: <https://www.expoknews.com/que-es-un-proyecto-triple-bottom-line-y-como-lograrlo/>
- Global Reporting. (2016). *Investigación sobre prácticas de reporte en derechos humanos por las empresas en Colombia*. Colombia: KPMG.

- Global Reporting Initiative. (5 de Noviembre de 2013). ¿Qué es importante? ¿Para quién?. Materialidad y grupos de interés, dos caras de una misma moneda. *Diario Responsable*, págs. 1-4.
- Mendoza Macha, M., Hernández Chapa, A. A., & García Govea, M. (2013). Responsabilidad Social. *CE*, 2-17.
- Moguel Liévano, M. d. (2012). *La responsabilidad social de las empresas: modelo de tres dimensiones para su estudio*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Puterman, P. (12 de Abril de 2011). *¿Es la Filantropía parte de la Responsabilidad Social?* Obtenido de Diario Responsable: <https://diarioresponsable.com/opinion/13538-ies-la-filantropia-parte-de-la-responsabilidad-social>
- Ramírez Orellana, A. (2016). La RSC y la triple cuenta de resultados. *Estrategia Financiera*, 57-62.
- Restrepo Salazar, J. C. (2008). Apuntes sobre la responsabilidad social empresarial. *Derecho Privado*, 2-10.
- Rodríguez, A. (2013). Gestión de Stakeholders. Gestión de grupos de interés. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 208-210.
- Sinc. (23 de Febrero de 2016). *Un modelo para medir el impacto ambiental de la industria textil*. Obtenido de Sinc, La ciencia de la noticia: <https://www.agenciasinc.es/Noticias/Un-modelo-para-medir-el-impacto-ambiental-de-la-industria-textil>
- Suárez Tirado, J. (2007). Relaciones entre organizaciones y stakeholders: necesidad de una interacción mutua entre los. *INNOVAR*, 153-158.
- Trujillo Dávila, M. A., Trujillo Dávila, M., & Guzmán Vásquez, A. (2006). Responsabilidad social empresarial y global reporting initiative. *Universidad & Empresa*, 351-369.

- Trujillo, M. A., & Vélez Bedoya, R. (2006). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial . *Revista Universidad y Empresa*, 291-308.
- Vives, A., & Peinado Vara, E. (2011). *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. New York Avenue, N.W: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Xicota , E. (20 de Diciembre de 2018). *4 impactos de la industria textil en el cambio climático*. Obtenido de Ester Xicota: <https://www.esterxicota.com/4-impactos-ropa-en-cambio-climatico/>

8. CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO

Ibarra, 9 de septiembre de 2019

Magister

Irene Revelo

DIRECTORA DE ESCUELA ENCI

Reciba un cordial saludo.

Por medio del presente informo que una vez realizado el análisis anti plagio del trabajo de grado titulado “PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL TALLER ARTESANAL “TEXTILES TABANGO”, DE LA CIUDAD DE OTAVALO” de la señorita KAREN GIOVANNA ALARCÓN GUERRA de la carrera de Administración de Empresas, se ha obtenido una similitud de 6% con otros documentos, por tanto el trabajo cumple con las normas para su presentación y revisión.



Urkund Analysis Result

Analysed Document:	TESIS KAREN.docx (D55300888)
Submitted:	05/09/2019 16:02:00
Submitted By:	kgalarcon@pucesi.edu.ec
Significance:	6 %

Sources included in the report:

MAYRA_TOCAGÓN_PROYECTO DE GRADO.docx (D52518105)
TRABAJO_TITULACIÓN_M_EUGENIA_ZAMBRANO_UTPL_RSE SEGUN LA NORMAISO 26000_FINAL.pdf (D51074332)
jesus_tesis_complu.pdf (D40630057)
<https://www.agorarsc.org/materialidad-12-principios-basicos-y-una-metodologia-para-la-estrategia-de-rse-i/>
<https://www.expoknews.com/que-es-un-proyecto-triple-bottom-line-y-como-lograrlo/bc80283d-2de4-4029-a06d-2ac7544ad25a>

Instances where selected sources appear:

47

Atentamente.

Msc. Sixto Manosalvas

DOCENTE ENCI

9. ANEXOS

9.1. Anexos I. Plan de Trabajo de Titulación (Anteproyecto)



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL TALLER
ARTESANAL “TEXTILES TABANGO”, DE LA CIUDAD DE OTAVALO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA COMERCIAL**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 15:

**ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL**

SUB LÍNEA: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: KAREN GIOVANNA ALARCÓN GUERRA

IBARRA, JULIO – 2018

ÍNDICE

1. PROBLEMA	97
2. JUSTIFICACIÓN	98
3. ESTADO DEL ARTE	101
3.1. La Responsabilidad Social Empresarial y su Evolución.....	101
3.2. La Responsabilidad Social Empresarial y la Filantropía	102
3.3. Diferencia entre RSE Y RSC	103
3.4. Ventajas de las Empresas con RSE	104
3.5. La Triple Cuenta de Resultados	105
3.5.1. Social	105
3.5.2. Económico	105
3.5.3. Ambiental.....	106
3.6. Legitimación Social	106
4. OBJETIVOS	107
4.1. Objetivo General	107
4.2. Objetivos Específicos.....	107
5. METODOLOGÍA Y DELIMITACIÓN ESPACIAL	108
5.1. Método	108
5.1.1. Investigación Descriptiva	108
5.2. Instrumentos.....	108

5.2.1.	Entrevista Estructurada	109
5.2.2.	Encuesta	109
5.2.3.	Observación	109
5.3.	Delimitación Espacial y Temporal.....	110
6.	RECURSOS	110
7.	RELEVANCIA.....	111
8.	PLANIFICACIÓN TEMPORAL	112
9.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	113

1. PROBLEMA

¿Cómo elaborar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para el Taller Artesanal “Textiles Tabango”? La Responsabilidad Social Empresarial, es parte de los objetivos globales donde para cada una de las organización se trata generalmente de la maximización que se le puede otorgar al desarrollo sostenible; por otro lado hemos considerado que la Responsabilidad Social Empresarial es catalogada como estándares de calidad, que por lo general los consumidores finales sean estos clientes, el gobierno o la comunidad en sí, quienes exigirían de formar cada vez más repetitiva que las empresas adopten la RSE, y que cuando no se optan por la inclusión pasan a formar parte principal de los riesgos que de alguna manera amenazan en un amplio campo al desarrollo empresarial.

Las empresa Textiles Tabango donde se realizará la investigación se evidenció que el producto es parte de la utilización de químicos como es el azufre, es decir un factor contaminante; una ventaja que tiene la empresa es que cuenta con una planta de tratamiento de aguas, es decir no contaminan los ríos aledaños a la empresa; por otro lado la falta de cultura organizacional, crea un desconocimiento de los estándares que como organización deben seguir dentro de la Responsabilidad Social Empresarial, por otro lado tenemos la falta de interacción entre sus stakeholders, creando un desconocimiento de cada una de las necesidades de los involucrados, de la misma manera no existen una planificación concreta sobre lo que trata de hacer la empresa para minimizar impactos negativos y maximizar los positivos; además buscan incursionarse en los nuevos mercados. Hoy por hoy se establece que la RSE es parte de la transformación desde un factor estratégico que se encamina al desarrollo y a la competitividad, partiendo de la rentabilidad que esta podría generar, puesto que el triunfo de las empresas ya no se centran en lo económico que se puedan generar, sino garantizar los beneficios sociales y medio ambientales, mediante la cooperación de la comunidad, por este motivo se ha planteado realizar de un plan de Responsabilidad Social Empresarial.

2. JUSTIFICACIÓN

Se ha evidenciado que la Responsabilidad Social Empresarial con el pasar del tiempo ha logrado una transformación para lograr su adaptación, desde estrategias, buenas prácticas y la gestión empresarial responsable que se ha ido moldeando hacia el logro de un equilibrio desde factores económicos, sociales y medioambientales.

Como efecto de este particular se ha determinado que con el paso del tiempo se ha incrementado la presión que existe por el reconocimiento hacia las empresas que cuentan con RSE, la manifestación por la cual se debe empezar por mostrar la voluntad de la actuación de manera responsable que permita establecer los intereses de carácter social demostrando que no solo intervienen sus accionistas como tal, sino que abarca todo el grupo de interés es decir los stakeholders que parte desde su parte interna hacia la externa; por otro lado se manifiesta la manera en que la RSE establece un direccionamiento que va más allá de lo que conocemos como filantropía, o de tal vez un donativo que en muchas de las veces es considerado como gastos de marketing.

Es por ello que surge la Responsabilidad Social Empresarial, que es considerado como parte fundamental para demostrar la participación de la empresa con su comunidad, que tiene como objetivo la generación del desarrollo sostenible, que parte desde el establecimiento de las posibles soluciones sociales desde un aspecto innovador que este inmerso en el compromiso de mejoramiento de la calidad de vida de las familias y de sus colaboradores externos como internos, estableciendo que dentro de un entorno sustentable parte de las acciones sociales, en un tiempo no muy largo, logrará una autogestión por parte de sus miembros así como la de implementación de programas viables que tenga como objetivo comunicar y difundir que se promueva una correcta RSE.

El estudio que se realizará es imprescindible, puesto que la RSE se ha considerado hoy por hoy como parte de un método fundamentalmente trascendente que propone un éxito basado en la sustentabilidad al generar un apoyo sobre sus grupos de interesados en ayuda a cada una de las relaciones tanto de los empleados como sus clientes, donde su empleo es opcional, que se caracteriza porque no es parte de una jurisdicción de tipo legal, puesto que en la actualidad trata del avance de carácter rentable, donde en su mayoría trata de las consecuencias tanto ambientales, sociales u monetarias, que tratan de ser buenos o malos que son creadas en una comunidad donde se encuentra la empresa.

Las empresas a medida que el tiempo transcurre se enfrentan a una sociedad que exigen en la disminución de los recursos y la contaminación que surge de las actividades que genera, pues se presenta un nuevo contexto sobre aquellas organizaciones que adoptan estrategias que consideran aspectos ambientales, sociales y económicas; y que perciben una firme convicción sobre la satisfacción de todo su grupo de interés; donde el principal motivo para la realización de la investigación se centra en el interés por estudios científicos y profesionales, que parte de la disertación de las posibles relaciones que existen de la empresa con la parte económica, social y medio ambiental; es por ellos que consideramos a la RSE como parte de la generación de compromisos dentro del entorno en el cual se sitúa la empresa para ser sustentable en el tiempo.

El aporte de esta investigación se focaliza en que las empresas deben cumplir aquellas normas y requisitos, partiendo de su intervención en la calidad de vida así como la vigilancia y previsión del medio ambiente, la sociedad y la ética empresarial; donde establecemos que la RSE no es parte de una novedad, o generosidad; sino que trata de un método de táctica del management que parte del agrupamiento de proyectos, tácticas u acciones que enlaza a la organización, medio ambiente, marketing, comercio justo y la moralidad; y que además pasará a formar parte de una amplia fuente de

consulta desde profesionales, especializados en temas ambientales, investigadores, estudiantes y personas en general.

La empresa será beneficiaria de una propuesta que le permita generar una sostenibilidad a corto y largo plazo; estableciendo estrategias sobre la generación de un crecimiento económico, un equilibrio social y generar un valor ambiental. Además, ciertas características de la RSE que busca que tanto empleados y voluntarios establezcan su participación en ciertas actividades de apoyo hacia su comunidad, la sensibilización hacia los empleados, la gran importancia que tiene la RSE, que se caracteriza por la determinación de una meta voluntaria que parte del conocimiento y la aprobación de ciertos acuerdos u obligaciones que abarca el entorno y de igual manera a la sociedad, por otra parte se busca que las actitudes sean responsables, maduras y efectivas, y que sea un fragmento del acoplamiento que se necesita tanto para los hábitos, procedimientos u métodos que tratan de generar apoyo hacia la minimización de aquellos impactos negativos que de alguna manera son creadas tanto en el medio ambiente como en la sociedad.

3. ESTADO DEL ARTE

3.1. La Responsabilidad Social Empresarial y su Evolución

Parte de la evolución de la RSE se enmarca en el siglo XIX – XX, donde no existe un establecimiento concreto sobre el tema, más se cuestionan aspectos sobre instituciones, organizaciones que de alguna manera tratan de proporcionar algunas soluciones a determinados grupos sociales; por otra parte a inicios de la mitad del siglo XX donde se establece un tipo de participación de carácter voluntario por parte de las organizaciones hacia las comunidades, por ende se comienza a aceptar la responsabilidad en la participación para el bienestar de la sociedad, partiendo de temas de realización basadas en actividades filantrópicas específicas; por otra parte a segunda mitad de los siglos XX, se genera conciencia por parte de comunidad, sobre aquellas capacidades características del sector privado que de alguna manera influyen en la solución de los problemas sociales, donde se reconocen aquellos daños u posibles riesgos que por la actividad de la empresa se ocasiona el su entorno, y de igual manera existió una presión por parte del estado donde se impusieron aquellas normas que tenían como fin la gestión de sus públicos de interés y de los recursos naturales; y a partir de los años 1960 muchas organizaciones buscan un método en el cual se haga frente a un cambio social y que el mismo sea parte de una mezcla general de obligaciones que son establecidas por el gobierno y la sensibilidad que existe por parte de las empresas (Correa Jaramillo, 2007).

Por otra parte se han determinado otro tipo de influencias que parten de la evolución de la RSE hacen referencia a la globalización, la libertad del comercio y aquellas reformas de regulación donde estaba inmerso el desarrollo ambiental que sea sostenible, los recopilaciones de un buen gobierno, una degradación del medio ambiente y la exclusión de aquellos puntos de la sociedad que se obtienen como

resultado del desarrollo; por otra parte hablamos de que en los años 1990, aparece como parte fundamental la competitividad como un factor clave que está inmerso en la supervivencia de cada organización, quienes buscan clientes mediante la atracción desde aspectos diferenciadores, por otra parte se hace referencia que una de las actitudes de las organizaciones es ser responsables, es decir se busca que la imagen sea bajo parámetros de transparencia hacia a la sociedad; puesto que se considera que cada uno de las actividades que se van a desarrollar son planificadas que promuevan la proactividad, que por la general están orientadas a la responsabilidad social y de igual manera aquellas políticas de comercialización, donde estás buscar ser adaptables y no perder de vista el factor competitivo (Correa Jaramillo, 2007).

3.2. La Responsabilidad Social Empresarial y la Filantropía

Se toma como referencia a América Latina, donde se empiezan a generar acciones sobre temas que tiene que ver con la RSE, ya que por una iniciativa promulgada por el sector privado se ha establecido entre ellas partes fundamentales que tiene que ver con la caridad, donaciones y aquellos requerimientos que parte de la fundamentación tanto ética como familiar, donde se evidencia un corte de carácter individual como filantrópico; por otro lado se evidencia que surgen temas relacionados con los derechos humanos, ambientales, laborales, protección hacia el consumidor y las buenas prácticas operativas; sin embargo se habla que la filantropía es uno de los temas que hoy en día han sido parte de las consecuencias de los altos índices que han dado paso a la pobreza y de la misma manera aquella grieta que existe entre ricos y pobres, que ha sido una fuente de discusión de temas relacionados con la RSE; de la misma manera se establece en parte de Norma ISO 26000 una mención acerca de la filantropía donde se establece que no debe confundirse con la responsabilidad social; al hablar de Filantropía, se trata de promover un compromiso que tenga relación con responsabilidad social, que permita mejorar la relación de la empresa con los stakeholders, por otro lado

aparece temas relacionados con la inversión de tipo social pero con límites (Puterman, 2011).

3.3. Diferencia entre RSE Y RSC

Hablamos que una empresa que parte de la Responsabilidad Social, cuando tiene relación con la conciencia, donde la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) estableciendo aquellos impactos sean estos positivos o negativos que por lo general se originan de la actuación de manera colectiva de las personas que son parte de una empresa, es decir te sientes parte de la organización y de la misma manera son responsables de sus actos, por lo tanto la RSE reside en poner en ejecución voluntaria aquellos proyecto y programas sociales que están direccionados con el desarrollo humano sustentables, siempre y cuando este se establezca en el compromiso necesario con el ambiente, la sociedad y la economía, por otra parte cuando hablamos de ESR (Empresa Socialmente Responsable) nos enfocamos en los procedimientos propios de la gestión de las empresas, es decir tanto su forma de ser, hacer y como direccionar los negocios, donde hacemos referencia a las prácticas que se pueden generar para el desarrollo de la empresa, es decir dentro de la contemplación de las estrategias debe estar enfocadas generar beneficios para nuestros stakeholders, y por lo tanto se debe tener en consideración cada uno de los intereses que se deben incorporar al momento de la planificación de todas y cada una de las actividades. Por otra parte dentro de la ESR, también deben existir aquellas relaciones de carácter laboral que permita la generación de confianza e igualdad, y para el medio ambiente se estable valores enfocados en el respeto, tolerancia y transparencia; es decir se hace referencia a todos y cada uno de los principios éticos, que abarca un guías de un buen gobierno, filantropía y programas, los mismos deben ser capaces de generar respuestas del desarrollo de sus actividades hacia la sociedad (Abellán, 2013).

3.4. Ventajas de las Empresas con RSE

La convicción que se debe generar por parte de las organización radica en ser responsable socialmente siempre y cuando se evidencien aquellos beneficios de carácter económico y social, donde se necesita generar información sobre ventajas que se podrán obtener después de la implantación de un modelo totalmente nuevo que se establece en objetivos, para propiciar nuevas estrategias que ayuden a la determinación de la reputación adecuada que debe conseguir la empresa, ofreciendo beneficios en cantidad y calidad, incrementar los clientes, sus colabores cambian e actitud frente a su trabajo, obtienen una mayor influencia dentro de las inversiones, generar éxito y respeto de la empresa, una posibilidad de reducción de costos en sus operaciones mediante aquellas acciones del medio ambiente; es decir no solo es necesario cumplir con obligaciones de carácter jurídico sino cumplir con el capital humano, su entorno y sus relaciones con los grupos de interés; estableciendo un beneficio primordial es hacer lo correcto, de la manera correcta bajo los lineamientos establecido, pues dentro del trabajo la generación de riquezas es parte del desarrollo de las personas, pero las buenas prácticas se manifiestan en todos y cada uno de sus stakeholders (Mendoza Macha, Hernández Chapa, y García Govea, 2013).

Todas las organizaciones lo que buscan es la generación de aquellas posibles ventajas competitivas donde estas tratan de tener una capacidad de realizar aquellas operaciones donde una de las maneras más eficientes es la de permitir aquellos costos menores, donde por otro lado pasan las ventajas donde seria parte de la relación con los procesos que permiten crear aquellos valores mayores de clientes; por otra generación también es la de percibir aquellos precios donde están dispuestos a que los clientes prefieran productos de las empresas que profesan normas ambientales (Trujillo y Vélez Bedoya, 2006).

3.5. La Triple Cuenta de Resultados

El objetivo que busca la triple cuenta de resultados es generar una integralidad con la sustentabilidad mediante aquellas estrategias de negocios, que puede surgir distintas acciones que ayudan de alguna manera a reportar cada uno de los resultados en sus tres variables tanto económico, social y ambiental; es decir se integran las tres variantes en un solo proyecto (Garcidueñas, 2015).

3.5.1. Social

Parte de la triple cuenta de resultados es el aspecto social, que parte de las alianzas donde se trata de establecer un proyecto que este encaminado a la alianza de la dirección y administración de cada uno de los recursos que pueden ser económicos y sociales; por otra parte se sitúa el voluntariado que por el alcance del programa, es decir trata de la creación de valor de pertinencia donde se integran desde aspectos relacionados con la actividad responsable de la empresa así como la alineación de los valores, y cultura; por último tenemos la participación de la comunidad que busca generar beneficios a partir de el involucramiento de toda la comunidad en todas las actividades que benefician el desarrollo de carácter social.

3.5.2. Económico

Parte de la triple cuenta de resultados es el aspecto económico, que parte de los proyectos productivos que por lo general tratan de apoyar al desarrollo de carácter económico de toda la comunidad, por otro lado tenemos el desarrollo de las habilidades que establece la manera en la que se ejecutarán aquellos productos productivos que de alguna manera son necesarios para realizar capacitaciones a las comunidades, estableciendo un desarrollo de aquellas

habilidades que se pueden alcanzar en un futuro y ser explotados, y por último las inversiones en las empresas que propone un apoyo hacia la voluntariedad es decir facilitar cada uno de los recursos económicos para cada uno de las actividades y de la misma manera los proyectos que se pueden ejecutar.

3.5.3. Ambiental

Parte de la triple cuenta de resultados es el aspecto ambiental, que enmarca la captura de CO₂, puesto que dentro de proyecto de carácter ambiental deben contener aquellos de los posibles beneficios sobre el ecosistema, es decir la compensación que se espera para la reducción de los impactos de las actividades propias de la empresa, por otro lado tenemos el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, y la protección de la diversidad, donde se trata de ayudar a la preservación del punto más importante como es el medio ambiente y la biodiversidad.

3.6. Legitimación Social

Trata de la exigencia entre todas las relaciones serán arte de un tema ambiental y un desarrollo de una legislación que trate la preservación de naturaleza como tratar la generación del desarrollo sostenible, así como avances de tipos regulador que ayuden a permitir una resistencia entre los directivos empresariales así como directivos empresariales donde este se torna un menor asunto ambiental que es necesario para los requerimientos del establecimiento de leyes. Por otro lado una organización debe estar en una legitimación social cuando esta depende de la confianza que se genera y por otro lado aquel tipo de alcance que parte desde un entorno social del cual desempeña, hasta lograr una medición de todas las variables que resultan de las evaluaciones; por otro lado la legitimación social es un preámbulo que debe determinar una responsabilidad medioambiental, que de cierta

manera la sociedad en sus posibles maneras parte de actuar el desarrollo tanto económico con carácter sostenible como el de una supervivencia de la sociedad (Trujillo y Vélez Bedoya, 2006).

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Diseñar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para el Taller Artesanal “Textiles Tabango”, que contribuya al desarrollo sostenible de cada actividad que realiza la empresa, partiendo del compromiso social, ambiental y económico con todo su grupo de interés.

4.2. Objetivos Específicos

- Analizar la percepción de los propietarios y directivos de la empresa, con respecto a los impactos social, ambiental y económico, producidos por su actividad.
- Realizar un diagnóstico sobre los procesos productivos, mediante la utilización de herramientas que ayude a la recopilación de información para establecer los aspectos materiales en términos de Responsabilidad Social Empresarial.
- Diseñar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial, que le permita a la empresa tener conocimiento sobre las posibles estrategias que se pueden generar a partir del plan de acción para crear sostenibilidad en el tiempo.
- Realizar un análisis relativo sobre la sostenibilidad que presenta la empresa en la actualidad vs la sostenibilidad que se estima obtener a un largo plazo cuando se realice la implementación.

5. METODOLOGÍA Y DELIMITACIÓN ESPACIAL

5.1. Método

5.1.1. Investigación Descriptiva

Se plantea realizar un tipo de investigación descriptiva, que permita conocer la situación del Taller Artesanal “Textiles Tabango” partiendo de la descripción exacta tanto de las actividades y procesos que se desarrollan en la empresa, estableciendo un diagnóstico previo que aporta a la comprensión de las distintas entornos encontrados, los datos descriptivos serán expresados en términos cualitativos que surgen al examinar al entorno, y que proporcionan información eficaz estableciendo un límite de precisión, y ya que el significado de la Responsabilidad Social Empresarial varía según el contexto de las personas, es decir se desean medir durante la investigación los factores sociales, ambientales y económicos, para posteriormente en términos cuantitativos expresar los datos de forma numérica que provienen de la medición de los factores expresados que parten de una causa y efecto, es decir la aplicación de un estímulo para dar respuesta a la problemática.

5.2. Instrumentos

Dentro de la investigación se utilizará los siguientes instrumentos:

5.2.1. Entrevista Estructurada

Se usa la entrevista estructurada con el fin de obtener la mayor información posible para el desarrollo de la investigación, dicha entrevista será aplicada al gerente de la empresa para tener un conocimiento sobre las actividades que se llevan a cabo y a la persona encargada del área de ventas quienes nos impartirán su conocimiento en cómo se ha insertado tanto la empresa como el producto en el mercado, sus ventas, sus clientes, y otros aspectos que surgirán al momento de la ejecución de la investigación.

5.2.2. Encuesta

Se usa esta herramienta con el fin de que nos permita obtener información relevante sobre el ambiente tanto externo como interno de la empresa, misma que estará direccionada para clientes, proveedores, empleados; previa la estructuración de encuestas en base a preguntas abiertas o cerradas.

5.2.3. Observación

Haremos uso de este tipo de herramienta para observar cada una de las actividades por las que el producto atraviesa para la obtención del producto final, permitiendo detectar aquellos aspectos negativos que se pueden mitigar.

5.3. Delimitación Espacial y Temporal

La presente investigación tendrá lugar en el Taller Artesanal “Textiles Tabango” que se encuentra ubicado en la Provincia de Imbabura, en el Cantón Otavalo, específicamente en el Sector de Cotama.

El trabajo de investigación tendrá una duración de 8 meses, con una fecha de inicio Agosto 2018 y fecha de finalización Marzo 2019.

6. RECURSOS

RECURSOS	
RECURSOS HUMANOS	MONTO
Tiempo de trabajo de investigación	\$386,00
SUBTOTAL	\$386,00
RECURSOS MATERIALES	MONTO
Papel Bond	\$8,00
Anillados y empastados	\$60,00
Fotocopias	\$50,00
Cd's	\$20,00
Cartucho impresora	\$35,00
Internet	\$80,00
Flash memory	\$12,00
Otros materiales	\$18,00
SUBTOTAL	\$283,00
OTROS RECURSOS	MONTO

Movilización	\$80,00
Refrigerios	\$25,00
SUBTOTAL	\$105,00
SUBTOTAL RECURSOS	\$774,00
Imprevistos (18%)	139,32
TOTAL	\$913,32

Fuente: Elaboración propia

7. RELEVANCIA

El desarrollo sostenible de un país no solo está enfocado en generar explotación de cada uno de sus recursos naturales, sino deben ser usados cautelosamente es decir preservar el poco o mucho recurso que se tenga puesto que en futuro será necesario para una indeterminada actividad. La situación que ha generado el deterioro ambiental ha sido un factor determinando para que cada Estado y no solo el Ecuador tomen medidas para tratar de mejorar la relación entre la sociedad y el medio que nos rodea, a través de medidas correctivas para este tipo de temas. El Ecuador ha tomado como iniciativa el reconocimiento a las grandes empresas que ayudan al desarrollo sostenible de nuestro país, quienes están enfocados en cada uno de los Objetivos del Desarrollo Sostenible, Pacto Global, Derechos Humanos, y que como empresas están comprometidos pues ayudan no solo al Estado Ecuatoriano sino a la sociedad en sí.

8. PLANIFICACIÓN TEMPORAL

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				MES VI				MES VII				MES VIII				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
RESUMEN, PALABRAS CLAVES Y ABSTRACT																																	
Análisis de la información																														La Autora			
Estudio del problema																														La Autora			
Redacción del problema																														La Autora			
INTRODUCCIÓN																																	
Análisis del problema																														La Autora			
Importancia de realizar el estudio																														La Autora			
Selección del tema																														La Autora			
ESTADO DEL ARTE																																	
Recopilación de Bibliografía																														La Autora			
Análisis de la información																														La Autora			
Redacción del estado del arte																														La Autora			
MATERIALES Y MÉTODOS																																	
Identificación del método de investigación																														La Autora			
Diseño de los instrumentos de investigación																														La Autora			
Aplicación de instrumentos																														La Autora			
Tabulación y Análisis de la información																														La Autora			
FODA, PESTEL																														La Autora			
RESULTADOS Y DISCUSIÓN																																	
Obtención de resultados																														La Autora			
Análisis de los resultados																														La Autora			
Diseño del marketing ecológico y estrategias de comercialización																														La Autora			
Elaboración de estructura e informes																														La Autora			
Conclusiones																														La Autora			
Recomendaciones																														La Autora			
Presentación del Informe Final																														La Autora			

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abellán, L. (3 de Abril de 2013). *Diferencia entre Responsabilidad Social Corporativa y Empresa Socialmente Responsable*. Obtenido de Marketing Directo: <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/diferencia-entre-responsabilidad-social-corporativa-y-empresa-socialmente-responsable>
- Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social. *Semestre Económico - Universidad de Medellín*, 87-102.
- Garcidueñas, P. (11 de Agosto de 2015). *¿Qué es un proyecto Triple bottom line y cómo lograrlo?* . Obtenido de EXPOKNEWS: <https://www.expoknews.com/que-es-un-proyecto-triple-bottom-line-y-como-lograrlo/>
- Mendoza Macha, M., Hernández Chapa, A. A., & García Govea, M. (2013). Responsabilidad Social. *CE*, 2-17.
- Puterman, P. (12 de Abril de 2011). *¿Es la Filantropía parte de la Responsabilidad Social?* Obtenido de Diario Responsable: <https://diarioresponsable.com/opinion/13538-ies-la-filantropia-parte-de-la-responsabilidad-social>
- Trujillo, M. A., & Vélez Bedoya, R. (2006). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial . *Revista Universidad y Empresa*, 291-308.

9.2. Anexo II. Entrevista realizada al Gerente de la Empresa.



ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE

OBJETIVO: Determinar el impacto ambiental, social y económico que se genera por parte del Taller Artesanal “Textiles Tabango” en la comunidad de Cotama del Cantón Otavalo.

Pregunta 1. ¿Qué entiende por Responsabilidad Social Empresarial?

La Responsabilidad Social Empresarial es la comunicación entre el empresario y sus colaboradores o trabajadores la empresa, es decir manteniendo una estrecha relación de confianza cumpliendo con todas las normativas vigentes como taller artesanal.

Pregunta 2. Lo aplica en el Taller Artesanal ¿Cómo lo aplica?

Si se aplica la Responsabilidad Social Empresarial por normativas, reglamentos, y todo lo que exige el estado.

Pregunta 3. Su empresa ha establecido misión, visión, valores corporativos.

La misión, visión y valores corporativos ya establecidos por la empresa son:

Misión: “Somos un taller artesanal, dedicada a la producción y comercialización de hilos de lana de diferentes títulos de hilos y variedad de colores, buscando la satisfacción al cliente”

Visión: “Ser líder en la zona norte del país en la producción y comercialización de hilos de lana en colores naturales y tinturados, cumpliendo con las normas de calidad establecidas, siendo respetuosos con el medio ambiente, alcanzando una buena gestión empresarial y satisfaciendo las necesidades de los clientes”

Valores Corporativos: Los valores han sido planteados y elaborados en un trabajo en conjunto con los trabajadores de todas las áreas de producción y el personal administrativo de la empresa.

- Responsabilidad: Es la capacidad de las personas de comprometerse con su trabajo y las tareas asignadas, así como, responder ante las consecuencias de las acciones que realiza en la empresa.
- Compromiso: Es la interacción y la contribución de las personas en contribuir hacia el logro de objetivos de la empresa.
- Respeto: Tratar a las demás personas con dignidad y educación.
- Honestidad: Es un principio que valora la franqueza, la búsqueda permanente de la verdad, la capacidad y libertad para expresar lo que se piensa o se siente acerca de otra persona o de una situación determinada.
- Servicio: brindar atención oportuna y amable a todos que se encuentran relacionados con la empresa.
- Trabajo en equipo: Es el trabajo mancomunado a la mutua colaboración de personas a fin de alcanzar la consecución de un resultado determinado.

Pregunta 4. Dentro de estas declaraciones ha tomado en cuenta aspectos sociales, ambientales y económicos de la empresa y otros grupos de interés.

Las declaraciones realizadas solo han considerado aspectos ambientales como el ruido para la empresa productora de hilo, quienes trabajan mediante la aplicación de la licencia ambiental.

Pregunta 5. Su empresa cumple con las normativas legales del país. ¿Cuales?

La empresa cumple con las normativas vigentes, declara sus impuestos como establece la ley, brinda el salario establecido por el código de trabajo y la entidad es considerada como artesano calificado.

Pregunta 6. Existe algún código de conducta o comportamiento para los miembros de la empresa. Explique (si la respuesta fue sí) Este documento ha sido socializado dentro de la empresa.

Existe un reglamento, más no un código de conducta o comportamiento, mismo que ha sido establecido para los miembros de la empresa siendo aplicable para el empleador como para los trabajadores quienes están sujetos a cumplir, es socializado a los colaboradores de la empresa y entregando en físico para constancia.

Pregunta 7. Conoce como su empresa podría aportar hacia las ODS y Pacto Mundial

La empresa desconoce cuál podría ser su aporte hacia las ODS y Pacto Mundial, pero desea tener un valor agregado para la empresa, frente a estos temas.

Pregunta 8. Ha definido y priorizado los grupos de interés de su empresa. ¿Cuales? (SI) como se comunica y se relaciona con los diferentes grupos de interés.

La empresa no ha definido ni priorizado a sus grupos de interés.

Pregunta 9. La empresa difunde sus resultados financieros.

La empresa no difunde sus resultados financieros, mencionando que las ganancias no son tan exitosas, pero hacen lo posible por mantener a los trabajadores y sus familias con pagos a tiempos, cubriendo siempre las necesidades que surgen.

Pregunta 10. Existen prácticas para evitar la discriminación contra empleados, clientes y contra cualquier otro tipo de personas.

En la empresa no se ha generado ningún tipo de discriminación por parte de la empresa hacia las personas y viceversa, sea cual fuere su raza.

Pregunta 11. La empresa cumple con la legislación actual: vacaciones-sueldos-afiliación.

La empresa cumple con todo lo estipulado por la ley que son vacaciones, sueldo, afiliación que están acorde al código de trabajo.

Pregunta 12. Cuantos indígenas, afrodescendientes, mestizos, extranjeros trabajan en su empresa.

La mano de obra son personas indígenas contratadas del mismo sector donde se ubica la empresa, fortaleciendo la ayuda comunitaria.

Pregunta 13. Qué porcentaje de mujeres trabajan en su empresa.

La empresa no tiene como mano de obra a mujeres, por la actividad que realiza solo son considerados en el trabajo jefes de hogar.

Pregunta 14. Cuantos cursos o capacitaciones oferto su empresa para el desarrollo profesional de su empresa durante el último año.

La empresa ha realizado tres capacitaciones en el año con ayuda del cuerpo de bomberos y el departamento de gestión ambiental del municipio para sus trabajadores.

Pregunta 15. Ha establecido en su empresa políticas de salud y seguridad ocupacional.

Según el reglamento de salud y seguridad ocupacional no es necesario implementarlo, pero tienen un ente regulador que es el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Pregunta 16. Cuenta con un sistema de calidad para que sus servicios satisfagan totalmente las necesidades de los clientes.

La empresa cuenta con un sistema de calidad desde el inicio del procesamiento del hilo hasta obtener el producto final para la venta, verificando que la necesidad del cliente este satisfecha mediante las especificaciones necesarias.

Pregunta 17. De alguna forma la presencia de su empresa afecta a las personas de su comunidad.

La empresa mediante observaciones y análisis del ruido todos los años, han determinado que no se genera una afectación a la comunidad.

Pregunta 18. Ha realizado algún programa para beneficiar a su comunidad.

La empresa no cuenta con programas de ayuda a la comunidad, pero aportan con la limpieza frontal de las carreteras, y brindan ayuda cuando solicita el presidente de la comuna.

Pregunta 19. Que impactos ambientales genera su empresa. Utilizan productos químicos, contaminación del agua, emisión de gases.

La emisión de gases no existe, porque posee un caldero donde es controlado el humo siempre cuando este se encuentre en sus rangos, el descargue del agua tinturada siempre están en los parámetro establecidos, y el uso de producto químicos siempre se hace con las herramientas de protección necesarias.

Pregunta 20. De qué forma su empresa evita o mitiga sus impactos ambientales.

La empresa no han podido mitigar el impacto de los lodos contaminados, ya que no pueden ser desechados normalmente, se los almacena y se espera una tratamiento que solucione el problema.

Pregunta 21. Han generado alguna estrategia para reducir el uso de papel, agua y energía.

El uso del papel se lo ha reducido mediante la digitalización de todos los archivos, en cuanto al agua si se utiliza mucho por la lavada de la lana y energía las máquinas se prenden día con día no pasan conectados las 24h.

9.3. Anexo III. Encuesta y Tabulación de Trabajadores



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES

Señores y señoras la presente encuesta es netamente para fines académicos, de manera muy respetuosa le pedimos que por favor lean detenidamente las preguntas y contesten con la mayor sinceridad del caso, marcando con una X en los casilleros correspondientes.

OBJETIVO: Diagnosticar el nivel de conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial que existe en los colaboradores del Taller Artesanal “Textiles Tabango”.

De acuerdo a la siguiente escala diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones:

Pregunta 1. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” tiene una política de Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 19 Política de RSE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	3	42,9	42,9	42,9
	Indiferente	4	57,1	57,1	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, muestra que el 57,1 % son indiferentes a temas relacionados con la política de Responsabilidad Social Empresarial, mientras que el 42,9% están muy de acuerdo sobre la adopción de políticas de RSE.

Pregunta 2. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” cuenta con buen ambiente laboral.

Tabla 20 Ambiente Laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, todos están muy de acuerdo con el ambiente laboral que ofrece la empresa.

Pregunta 3. Los jefes o propietarios del Taller Artesanal “Textiles Tabango” nos tratan con amabilidad y respeto.

Tabla 21 Valores Amabilidad – Respeto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	5	71,4	71,4	71,4
	De acuerdo	1	14,3	14,3	85,7
	Indiferente	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, muestra que el 85,7 % se encuentra entre muy de acuerdo y de acuerdo con el trato entre jefes y empleados basado en valores, mientras el 14,3 % es indiferente al trato ofrecido.

Pregunta 4. El sueldo que cobro es adecuado por el trabajo que realizo.

Tabla 22 Sueldo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	28,6	28,6	28,6
	De acuerdo	5	71,4	71,4	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, se observa que el 100% indica que el sueldo percibido se encuentra entre muy de acuerdo y de acuerdo.

Pregunta 5. La seguridad y salud de los empleados es importante en el Taller Artesanal “Textiles Tabango”.

Tabla 23 Seguridad y Salud

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	6	85,7	85,7	85,7
	De acuerdo	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, se observa que el 100% indica que la importancia de la seguridad y salud de los empleados se encuentra entre muy de acuerdo y de acuerdo.

Pregunta 6. Existe una buena comunicación entre los jefes y los empleados del Taller Artesanal “Textiles Tabango”.

Tabla 24 *Comunicación Jefes-Empleados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	6	85,7	85,7	85,7
	De acuerdo	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, se observa que el 100% indica que existe una buena comunicación entre jefes y empleados que se encuentra entre muy de acuerdo y de acuerdo.

Pregunta 7. Conozco y aplico el código de comportamiento o conducta del Taller Artesanal “Textiles Tabango”.

Tabla 25 Código de Comportamiento o Conducta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	28,6	28,6	28,6
	De acuerdo	1	14,3	14,3	42,9
	En desacuerdo	4	57,1	57,1	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, muestra que el 57,1% están en desacuerdo sobre el conocimiento u aplicación de un código de comportamiento, mientras el 42,9% se encuentra entre muy de acuerdo y de acuerdo sobre conocer y aplicar un código de conducta.

Pregunta 8. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” apoya mi desarrollo personal y profesional.

Tabla 26 Desarrollo Personal y Profesional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	28,6	28,6	28,6
	Indiferente	1	14,3	14,3	42,9
	En desacuerdo	4	57,1	57,1	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, muestra que el 57,1% están en desacuerdo sobre el apoyo al desarrollo personal y profesional, mientras el 28,6% están muy de acuerdo sobre el apoyo brindado al crecimiento profesional.

Pregunta 9. He recibido capacitaciones para realizar mi trabajo de mayor forma.

Tabla 27 Capacitaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	4	57,1	57,1	57,1
	Indiferente	1	14,3	14,3	71,4
	En desacuerdo	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, muestra que el 57,1% están muy de acuerdo en recibir capacitaciones para su trabajo, mientras el 28,6% están en desacuerdo con las capacitaciones para realizar el trabajo de mejor manera.

Pregunta 10. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” me brinda todos los beneficios que por ley me corresponden.

Tabla 28 Beneficios de Ley

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	5	71,4	71,4	71,4
	De acuerdo	1	14,3	14,3	85,7
	Indiferente	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, muestra que el 85,7% están muy de acuerdo en que la empresa brinda todos los beneficios de ley, mientras el 14,3% es indiferente a los beneficios de ley ofrecidos.

Pregunta 11. Mi horario de trabajo me permite atender de forma adecuada las necesidades personales y/o familiares.

Tabla 29 Horario de Trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada a los trabajadores, todos están muy de acuerdo con el horario de trabajo les permite atender necesidades personales o familiares.

9.4. Anexo IV. Encuesta y Tabulación de los Clientes



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES

Señores y señoras la presente encuestas es netamente para fines académicos, de manera muy respetuosa le pedimos que por favor lean detenidamente las preguntas y contesten con la mayor sinceridad del caso, marcando con una X en los casilleros correspondientes.

OBJETIVO: Diagnosticar la percepción que tiene el cliente del Taller Artesanal “Textiles Tabango” de los productos que oferta.

De acuerdo a la siguiente escala diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones:

Pregunta 1. Considera que los productos del Taller Artesanal “Textiles Tabango” son de calidad.

Tabla 30 Productos de Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	31	62,0	62,0	62,0
	De acuerdo	19	38,0	38,0	100,0

Total	50	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 100% indican estar entre muy de acuerdo y de acuerdo que los productos ofrecidos por la empresa son de calidad.

Pregunta 2. Considera que el precio que paga por los productos son justos.

Tabla 31 Precio Justo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	24	48,0	48,0	48,0
	De acuerdo	25	50,0	50,0	98,0
	Indiferente	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 98% están muy de acuerdo y de acuerdo que los precios del productos son justos, mientras el 2% es indiferente al precio de los productos.

Pregunta 3. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” brinda un buen servicio de atención al cliente.

Tabla 32 Atención al Cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	26	52,0	52,0	52,0
	De acuerdo	23	46,0	46,0	98,0
	Indiferente	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 98% están muy de acuerdo y de acuerdo que brinda una buena atención al cliente, mientras el 2% es indiferente a la atención brindada.

Pregunta 4. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” responde a las quejas y reclamos.

Tabla 33 Quejas y Reclamos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	De acuerdo	8	16,0	16,0	20,0
	Indiferente	23	46,0	46,0	66,0
	En desacuerdo	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 46% es indiferente a las quejas y reclamos, mientras el 34% están en desacuerdo a la respuesta recibida de quejas y reclamos.

Pregunta 5. Me interesa que los productos que compro eviten la contaminación del medio ambiente.

Tabla 34 Contaminación Ambiental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	De acuerdo	5	10,0	10,0	14,0
	Indiferente	38	76,0	76,0	90,0
	En desacuerdo	4	8,0	8,0	98,0
	Muy en desacuerdo	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 76% es indiferente al interés sobre productos que eviten contaminar el medio ambiente, mientras el 14% están entre muy de acuerdo y de acuerdo con la compra de productos amigables al medio ambiente.

Pregunta 6. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” tiene campañas para uso responsable de sus productos.

Tabla 35 Campañas Responsables

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	12	24,0	24,0	24,0
	De acuerdo	24	48,0	48,0	72,0
	Indiferente	11	22,0	22,0	94,0
	En desacuerdo	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 72% están muy de acuerdo y de acuerdo en campañas de uso responsable de los productos, mientras el 22% es indiferente a las campañas de los productos.

Pregunta 7. Es importante que el Taller Artesanal “Textiles Tabango” trabajen para erradicar los principales problemas del mundo: pobreza, contaminación y corrupción.

Tabla 36 Erradicación de Problemas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	13	26,0	26,0	26,0
	De acuerdo	25	50,0	50,0	76,0
	Indiferente	11	22,0	22,0	98,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 76% están muy de acuerdo y de acuerdo que se trabaje para erradicar problemas de pobreza, contaminación y corrupción, mientras el 22% es indiferente al trabajo que se realice por erradicar este tipo de problemas.

Pregunta 8. Es importante que la publicidad del Taller Artesanal “Textiles Tabango” se realice con criterios éticos.

Tabla 37 Publicidad Ética

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	17	34,0	34,0	34,0
	De acuerdo	27	54,0	54,0	88,0
	Indiferente	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 88% están muy de acuerdo y de acuerdo con la importancia de publicidad bajo criterios éticos, mientras el 12% es indiferente a la publicidad ética.

Pregunta 9. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” debe tener una forma fácil para escuchar y resolver las quejas a sus clientes.

Tabla 38 Resolver Quejas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	29	58,0	58,0	58,0
	De acuerdo	17	34,0	34,0	92,0
	Indiferente	1	2,0	2,0	94,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	96,0
	Muy en desacuerdo	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 92% está muy de acuerdo y de acuerdo que deben ser escuchados y resueltos sus quejas, mientras el 4% está muy en desacuerdo sobre las quejas.

Pregunta 10. Estaría dispuesto a pagar un poco más por productos que respeten el medio ambiente.

Tabla 39 Productos Ambientales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	3	6,0	6,0	6,0
	En desacuerdo	38	76,0	76,0	82,0
	Muy en desacuerdo	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 94% están en desacuerdo y muy en desacuerdo pagar un poco más por productos que respeten el medio ambiente, mientras el 6% es indiferente al pago por productos medio ambientales.

Pregunta 11. Estaría dispuesto a pagar un poco más por productos del Taller Artesanal “Textiles Tabango” que apoyen causas sociales.

Tabla 40 Productos Sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	38	76,0	76,0	78,0
	Muy en desacuerdo	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Taller Artesanal “Textiles Tabango”

Elaborado por: Autora

Análisis:

De las 50 personas encuestadas, se observa que el 98% están en desacuerdo y muy en desacuerdo pagar más por productos que apoyen causas sociales, mientras el 2% es indiferente al pago por productos de apoyo social.

9.5. Anexo V. Encuesta y Tabulación de Comunidad



ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD

Señores y señoras la presente encuestas es netamente para fines académicos, de manera muy respetuosa le pedimos que por favor lean detenidamente las preguntas y contesten con la mayor sinceridad del caso, marcando con una X en los casilleros correspondientes.

OBJETIVO: Diagnosticar los intereses que tienen los distintos stakeholders del Taller Artesanal “Textiles Tabango”.

De acuerdo a la siguiente escala diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones

Pregunta 1. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” no genera ninguna afectación a la convivencia de nuestras familias.

Tabla 41 *Afectación a la Convivencia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	52	37,4	37,4	37,4
	De acuerdo	53	38,1	38,1	75,5

Indiferente	28	20,1	20,1	95,7
En desacuerdo	6	4,3	4,3	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Comunidad de Cotama, Ciudad Otavalo

Elaborado por: Autora

Análisis:

De la población investigada, se observa que el 75,5% están muy de acuerdo y de acuerdo que la empresa no genera afectaciones a la convivencia familiar, mientras el 20,1% es indiferente a la afectación generada para su convivencia.

Pregunta 2. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” apoya las actividades que se realizan en nuestra comunidad.

Tabla 42 Apoyo Actividades Comunitarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	52	37,4	37,4	37,4
	De acuerdo	63	45,3	45,3	82,7
	Indiferente	20	14,4	14,4	97,1
	En desacuerdo	4	2,9	2,9	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Comunidad de Cotama, Ciudad Otavalo

Elaborado por: Autora

Análisis:

De la población investigada, se observa que el 82,7% están muy de acuerdo y de acuerdo que la empresa apoye a actividades realizada en la comunidad, mientras el 14,4% es indiferente al apoyo comunitario brindado.

Pregunta 3. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” aporta sustancialmente a la generación de empleo en la comunidad.

Tabla 43 *Generación de Empleo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	66	47,5	47,5	47,5
	De acuerdo	54	38,8	38,8	86,3
	Indiferente	16	11,5	11,5	97,8
	En desacuerdo	3	2,2	2,2	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Comunidad de Cotama, Ciudad Otavalo

Elaborado por: Autora

Análisis:

De la población investigada, se observa que el 86,3% están muy de acuerdo y de acuerdo que la empresa aporta a la generación de empleo en la comunidad, mientras el 11,5% es indiferente al empleo brindado a la comunidad.

Pregunta 4. Las operaciones del Taller Artesanal “Textiles Tabango” no genera ninguna afectación a la salud de nuestras familias.

Tabla 44 *Afectación a la Salud*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	40	28,8	28,8	28,8
	De acuerdo	62	44,6	44,6	73,4
	Indiferente	35	25,2	25,2	98,6
	En desacuerdo	2	1,4	1,4	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Comunidad de Cotama, Ciudad Otavalo

Elaborado por: Autora

Análisis:

De la población investigada, se observa que el 73,4% están muy de acuerdo y de acuerdo que la empresa no genera afectaciones a la salud de las familias, mientras el 25,2% es indiferente a la afectación de salud familiar.

Pregunta 5. El Taller Artesanal “Textiles Tabango” ha beneficiado a nuestra comunidad.

Tabla 45 Beneficios a la Comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	20	14,4	14,4	14,4
	De acuerdo	36	25,9	25,9	40,3
	Indiferente	30	21,6	21,6	61,9
	En desacuerdo	25	18,0	18,0	79,9
	Muy en desacuerdo	28	20,1	20,1	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Comunidad de Cotama, Ciudad Otavalo

Elaborado por: Autora

Análisis:

De la población investigada, se observa que el 40,3% siente que la empresa ha brindado algún beneficio a la comunidad, mientras el 38,1% no ha experimentado ningún beneficio de la empresa a la comunidad.

9.6. Anexo VI. Empresa NATU-RESOURCES (Capacitación)

COTIZACIÓN CONSULTORIA AMBIENTAL	CONTACTOS: 0969097873/ 0982450222
NATU-RESOURCES ASESORIA AMBIENTAL	CORREO: naturesources17@gmail.com

Ibarra 16 de agosto de 2019

EMPRESA SOLICITANTE:

Taller artesanal en la Ciudad de Otavalo



Natu-Resources

Somos una organización de Consultores Calificados por el Ministerio de Ambiente, que busca brindar un servicio personalizado de asesoría que permita a nuestros clientes lograr el fiel cumplimiento de las normativas vigentes sobre gestión ambiental.

En el siguiente documento se desarrolla la cotización para los servicios de:

1) Capacitación en salud y seguridad ocupacional

FORMA DE PAGO

El pago se desarrollará el 50% en la firma de un contrato y 50% al entregar la certificación de la capacitación que se desarrollará el mismo día de la capacitación.

DIRECCIÓN:
Edificio Conexiones/ segundo piso/ Av. Mariano Acosta y Chica Narváez 10-06

COTIZACIÓN CONSULTORIA AMBIENTAL	CONTACTOS: 0969097873/ 0982450222
NATU-RESOURCES ASESORIA AMBIENTAL	CORREO: naturesources17@gmail.com

TEMA	Salud y Seguridad Ocupacional		
ACTIVIDAD	RECURSO	Tiempo	COSTO
1.Video Introductorio	Materiales audiovisuales	6 minutos	\$120 + IVA Incluye todo el material y certificado de la capacitación.
2.Introducción	Copias, trípticos, volantes informativos.	3 minutos	
3. Presentación de la temática BPA. - SITIOS DE TRABAJO EJEMPLARES. - GUÍAS PARA EL PROGRAMA DE SEGURIDAD Y SALUD - ELEMENTOS DE SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL - COMPROMISOS DE LA GERENCIA Y PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS	Material Audiovisual	60 minutos	
Receso		15 minutos	
- ANÁLISIS DE ÁREAS DE TRABAJO. - PREVENCIÓN Y CONTROL DE RIESGOS. - ADIESTRAMIENTO EN SEGURIDAD Y SALUD.	Material Audiovisual	60 minutos	
4. Video de reforzamiento	Material audiovisual	3 minutos	
5. Preguntas abiertas a los asistentes	Material Audiovisual	5 minutos	
6. Taller evaluativo de la temática.	Cuestionario	10 minutos	

DIRECCIÓN:
Edificio Conexiones/ segundo piso/ Av. Mariano Acosta y Chica Narváez 10-06

9.7. Anexo VII. Empresa INDURA Equipo de Protección Individual

INDURA Grupo AR PRODUCTS		ECUADOR	
Detalles Cotización		Codigo de Cotización: EC200005	
Fecha cotización : 04-09-2019 16:28:20			
País : Ecuador (EC)			
Una copia de su solicitud se ha enviado a su correo* y su código de solicitud cotización es:			
EC200005			
Estamos procesando la información para enviar respuesta dentro de las próximas 24 horas hábiles.			
Agradecemos su preferencia, para nuevas consultas comunicarse al Centro de Servicio al Cliente 1800 - 463872 de lunes a viernes de 08:30 a 17:30 horas.			
* Si no encuentra su correo de cotización en la bandeja de entrada, favor revisar su carpeta de "Correo no deseado".			
Datos Personales:			
- Rut Empresa : - Razon Social : - Rut: 100462437-3 - Nombre : Karen - Apellido paterno : Alarcon - Apellido materno : Guerra - Dirección : guayaquil 207 casa, Otavalo, Imbabura, Ecuador - Teléfono : - 062920715 - Celular : - 0981503310 - Email : karenthebest59@hotmail.com			
Observaciones :			
Detalle Productos de Cotización:			
Codigo SAP	Producto	Modelo	Cantidad
1030132	PROTECTOR AUDITIVO C/CORDÓN 3M 1271 REUSABLE	1271	2
1031940	3M I-604 LENTE LLUNA CLARA ANTI-FOG ANTI	SEPRO	7
1035489	CASCO H-701 3M	H-701	2
1034002	GUANTE KLEENG G40	Estándar	7
1016980	RESPIRADOR 3M 6200 SILIC 2 VIAS	6200	7
1018697	CINTURÓN ANTLUMBAGO	CANAC	2
	Total		27



Centro Servicio al Cliente: 1800 INDURA (463872)
Central Telefónica Matriz: (09 34) 2597610