



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO EN INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

TEMA:

**“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL
CRECIMIENTO EMPRESARIAL DEL SECTOR CURTIEMBRES DE LA
ZONA DE PLANIFICACIÓN 3 DEL ECUADOR”**

AUTOR:

Karem Estefania Galarza Vayas

TUTOR:

Dr. Edison Coba

AMBATO – ECUADOR

2015

APROBACIÓN POR EL TUTOR

Yo, **Edisson Marcelo Coba Molina**, en mi calidad de Tutor del trabajo de graduación con el tema: “**Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial en la Zona de Planificación 3 del Ecuador.**”, desarrollado por **Karem Estefania Galarza Vayas** egresada de la carrera de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho trabajo de investigación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el reglamento de graduación de pregrado, modalidad independiente y en el normativo para la presentación de trabajos de graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la comisión de calificación designada por el Honorable Consejo Directivo.

Ambato, 14 de Abril de 2015



Edisson Marcelo Coba Molina
TUTOR

AUTORÍA DE LA TESIS

Yo, **Karem Estefania Galarza Vayas**, con C.I. 1804462933, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento con el tema: **“Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial en la Zona de Planificación 3 del Ecuador.”** como informe final, previo la obtención del título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA., son absolutamente originales, auténticos y personales.

Ambato, 14 de Abril de 2015



Karem Estefania Galarza Vayas

C.I. N° 1804462933

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de grado, aprueba el trabajo de graduación con el tema: **“Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial en la Zona de Planificación 3 del Ecuador.”**, desarrollado por **Karem Estefania Galarza Vayas**, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 16 de Abril de 2015



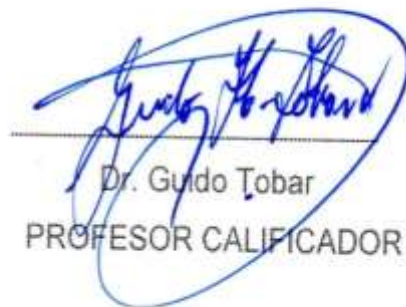
Econ. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Eduardo Paredes

PROFESOR CALIFICADOR



Dr. Guido Tobar

PROFESOR CALIFICADOR

DEDICATORIA

A Dios por brindarme la vida, y darme el privilegio de despertarme cada mañana y seguir viendo las maravillas que él nos da; Dios ha sido primero en mis planes y gracias a él hoy estoy cumpliendo una etapa más de mi vida.

A mis padres por ser mi apoyo y quienes siempre han estado allí para darme lo que necesito, el amor, cariño y esfuerzo que me han inculcado día a día, se ven reflejados en los logros que puedo alcanzar, ésta es la mejor herencia que ellos me pueden dejar.

A mi hijo y mi esposo, ellos han sido un motor para no desmayar y seguir luchando por mis sueños.

A mi hermano quien con una sola palabra y un gesto me ha dado fuerzas, y siempre me ha estado animando; a mi familia entera por el apoyo que me ha brindado.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la sabiduría y la inteligencia que necesito para cumplir esta etapa de mi vida.

A toda mi familia por siempre estar al pendiente y animarme a seguir dando lo mejor de mí.

A cada uno de los que fueron parte de mi formación académica, por la paciencia y tolerancia que día a día tenían.

Dr. Edison Coba (tutor de tesis) gracias por el apoyo, esfuerzo y sacrificio que me dio en el transcurso de mi proyecto de grado.

A Curtiduría Tungurahua por brindarme las facilidades en el uso de su información y la utilización de sus instalaciones para la realización del presente proyecto de grado.

ÍNDICE

APROBACIÓN POR EL TUTOR.....	i
AUTORÍA DE LA TESIS	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.2. Análisis Crítico	11
1.2.3. Prognosis.....	14
1.2.4. Formulación del problema.....	16
1.2.5. Interrogantes.....	16
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.....	16
1.3. Justificación.....	17
1.4. OBJETIVOS.....	19
1.4.1. Objetivo General.....	19
1.4.2. Objetivos Específicos.....	19
CAPÍTULO II	20
MARCO TEÒRICO	20
2.1. Antecedentes Investigativos.....	20
2.2. Fundamentación filosófica.....	24
2.3. Fundamentación legal.....	25
2.4. Categorías Fundamentales.....	29
2.4.1. <i>Gráficos de inclusión Interrelacionados</i>	29
2.4.2. <i>Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema</i>	31

2.5. Hipótesis.....	49
2.6. Señalamiento de las variables.	50
CAPÍTULO III.....	51
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	51
3.1. Enfoque.....	51
3.2. Modalidad básica de la investigación.....	51
3.2.1. Investigación de campo.....	51
3.2.1. Bibliográfica y/o documental.....	52
3.3. Nivel o tipo de investigación.	53
3.3.1 Investigación Exploratorio.	53
3.3.2 Investigación descriptiva.	53
3.4. Población y muestra.	54
3.4.1 Población.	54
3.4.2 Muestra.	55
3.5. Operacionalización de variables.	55
3.5.1. Operacionalización de la variable independiente: Responsabilidad Social Empresarial.	56
3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente: Crecimiento Empresarial.....	62
3.6. Recolección de la información.	64
3.6.1. Plan de recolección de la información.	64
3.7. Procesamiento y análisis.	64
3.7.1. Plan de procesamiento de información.....	64
3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados.....	64
CAPÍTULO IV	66
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	66
4.1 Análisis de los Resultados.....	66
4.2 Interpretación de Datos	67
4.3 Verificación de Hipótesis.	111
CAPÍTULO V.....	115
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
5.1. Conclusiones.....	115
5.2. Recomendaciones.....	117

CAPÍTULO VI.....	118
PROPUESTA	118
6.1. Datos informativos.	118
6.2. Antecedentes de la Propuesta.	119
6.4. Objetivos.....	126
6.5. Análisis de Factibilidad.	127
6.6. Fundamentación.	129
6.7. Metodología Modelo Operativo.	142
6.8. Administración.	187
6.9. Previsión de la evaluación.	188
Bibliografía.....	189
ANEXOS	195

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 0-1	Curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador	54
Tabla 0-2	Género.....	67
Tabla 0-3	Cargo del Encuestado	68
Tabla 0-4	Edad del Encuestado.....	69
Tabla 0-5	Años en la empresa	70
Tabla 0-6	Año de Inicio con Responsabilidad Social Empresarial.....	71
Tabla 0-7	Exportaciones	72
Tabla 0-8	Conocimiento RSE.....	73
Tabla 0-9	Valores	74
Tabla 0-10	Competencia y Negociación Justa	75
Tabla 0-11	Precio Productos y Servicios	76
Tabla 0-12	Participación Grupos de Interés	77
Tabla 0-13	Capacitación Empleados	78
Tabla 0-14	Participación Empleados en RSE	79
Tabla 0-15	Incentivo Empleados.....	80
Tabla 0-16	Grafico 19 Manejo de Residuos	81
Tabla 0-17	Inversión Maquinaria.....	82
Tabla 0-18	Cuidado Ambiental.....	83
Tabla 0-19	Beneficio con la comunidad	84
Tabla 0-20	Dialogo con la comunidad.....	85
Tabla 0-21	Actividades de voluntariado	86
Tabla 0-22	Reconocimiento de la comunidad	87
Tabla 0-23	Información productos	88
Tabla 0-24	Cumplimiento empresarial	89
Tabla 0-25	Reclamos y sugerencias	90
Tabla 0-26	Aporte de trabajadores	91
Tabla 0-27	Importancia de actividades de RSE	92
Tabla 0-28	Regulaciones Gubernamentales	93
Tabla 0-29	Rendiciones Gubernamentales	94
Tabla 0-30	Socialización RSE.....	95
Tabla 0-31	Incremento en costos.....	96
Tabla 0-32	Desconocimiento de la Responsabilidad Social	97
Tabla 0-33	Dificultades Financieras	98
Tabla 0-34	Establecimiento de políticas y Procedimientos en RSE	99
Tabla 0-35	Interés por parte de la empresa	100
Tabla 0-36	Falta de compromiso de la directiva.....	101
Tabla 0-37	Crecimiento empresarial (financiero y mercado)	102
Tabla 0-38	Fortalecimiento	103
Tabla 0-39	Compromiso y productividad.....	104
Tabla 0-40	Mejor imagen corporativa y reputación	105
Tabla 0-41	Mejor relación con comunidad	106

Tabla 0-42	Activo Total Absoluto	107
Tabla 0-43	Ventas Absolutas	108
Tabla 0-44	Fondos propios	109
Tabla 0-45	Beneficios Absolutos.....	110
Tabla 0-46	Correlaciones entre variables	113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1	Árbol de Problemas	12
Grafico 2	Inclusión de categorías conceptuales	29
Grafico 3	Sub-ordinación conceptual (variable independiente)	30
Grafico 4:	Sub-ordinación conceptual (variable dependiente)	31
Grafico 5	Género	67
Grafico 6	Cargo	68
Grafico 7	Edad Encuestado	69
Grafico 8	Años en la Empresa	70
Grafico 9	Año inicio RSE	71
Grafico 10	Exportaciones.....	72
Grafico 11	Conocimiento RSE	73
Grafico 12	Valores	74
Grafico 13	Competencia y Negociación Justa.....	75
Grafico 14	Precio Productos y Servicios	76
Grafico 15	Participación Grupos de Interés.....	77
Grafico 16	Capacitación Empleados	78
Grafico 17	Participación Empleados en RSE	79
Grafico 18	Incentivo Empleados	80
Tabla 0-16	Grafico 19 Manejo de Residuos	81
Grafico 19	Manejo de Residuos	81
Grafico 20	Inversión Maquinaria	82
Grafico 21	Cuidado Ambiental	83
Grafico 22	Beneficio con la comunidad	84
Grafico 23	Dialogo con la comunidad	85
Grafico 24	Actividades de voluntariado	86
Grafico 25	Reconocimiento de la comunidad.....	87
Grafico 26	Información productos	88
Grafico 27	Cumplimiento empresarial	89
Grafico 28	Reclamos y sugerencias.....	90
Grafico 29	Aporte de trabajadores	91
Grafico 30	Importancia de actividades de RSE	92
Grafico 31	Regulaciones Gubernamentales.....	93
Grafico 32	Rendiciones Gubernamentales	94
Grafico 33	Socialización RSE	95

Grafico 34	Incremento en costos	96
Grafico 35	Desconocimiento de la Responsabilidad Social.....	97
Grafico 36	Dificultades Financieras	98
Grafico 37	Establecimiento de políticas y Procedimientos en RSE	99
Grafico 38	Interés por parte de la empresa.....	100
Grafico 39	Falta de compromiso de la directiva	101
Grafico 40	Crecimiento empresarial.....	102
Grafico 41	Fortalecimiento	103
Grafico 42	Compromiso y productividad	104
Grafico 43	Mejor imagen corporativa y reputación	105
Grafico 44	Mejor relación con comunidad.....	106
Grafico 45	Activo Total Absoluto.....	107
Grafico 46	Ventas Absolutas	108
Grafico 47	Fondos propios Absolutos	109
Grafico 48	Beneficios Absolutos	110
Grafico 49	Desarrollo metodológico y modelo de Balance Social desarrollado por la SEPS.....	135

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se ha elaborado con la finalidad de crear un modelo de Balance Social en el sector curtiembres en la Zona de Planificación 3 del Ecuador, por lo tanto es necesaria la implementación de indicadores que permita dar a conocer este nuevo informe de Responsabilidad Social Empresarial.

En el proceso de la presente investigación se establece en el Capítulo I, en donde encontramos el problema de investigación, justificación y el planteamiento de los objetivos: tanto general como objetivos específicos.

En el Capítulo II, Marco Teórico, se amplía todas las leyes, normas y disposiciones legales, vinculadas con el tema analizado, así como los lineamientos que sustenten la hipótesis, y conceptos de responsabilidad social empresarial que viabilicen el desarrollo de la propuesta.

En el Capítulo III, Metodología, se muestra el enfoque de investigación y la modalidad básica de la investigación, en su primera fase consta de un nivel observacional por la necesidad de efectuar una investigación directa a los sujetos de estudio así como los elementos y las actividades que se desarrollan entre los diferentes departamentos de la empresa mediante la aplicación de una encuesta, posterior de esto; con la investigación de campo se reunirá toda la información de primera mano que permita evaluar la responsabilidad social empresarial juntamente con el balance social e intentar predecir las ventajas que tendrá en el crecimiento empresarial.

En el Capítulo IV, Análisis e interpretación de los resultados, se analiza e interpreta cada pregunta desarrollada en las encuestas efectuadas a los funcionarios vinculados con el tema estudiado para la verificación de la hipótesis planteada.

En el Capítulo V, se describe las conclusiones y recomendaciones recabadas durante el proceso de la investigación.

En el Capítulo VI, se establece la propuesta que consiste en proponer un modelo de balance social que permita conocer los índices económicos, éticos, legales, ambientales y filantrópicos; además de las ventajas en Responsabilidad Social Empresarial y crecimiento empresarial en Curtiduría Tungurahua.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, cuyo objetivo principal es mejorar la competitividad de la empresa, siempre dando valor añadido a las actividades que realiza.

La característica principal de la Responsabilidad Social empresarial, es satisfacer las necesidades presentes, sin comprometer las necesidades de generaciones futuras, esto nos quiere decir que hoy debemos cuidar todo lo que tenemos a nuestro alrededor para que de esta manera por la mala utilización de los recursos en un futuro las nuevas generaciones se veas afectadas, y no puedan disponer de los recursos con facilidad.

Se entiende que la Responsabilidad Social empresarial va más allá de no solo cumplir con las normas, leyes, impuestas por organismos superiores, sino busca iniciativas que hagan sobresalir el nombre de su empresa.

La investigación de esta problemática se realizó por el interés de conocer si las empresas al momento de implementar lo que es la responsabilidad Social Empresarial tienen un crecimiento empresarial en sus industrias, permitiéndonos indagar sobre los grupos de interés con que se manejan; por otra parte el establecer indicadores para determinar el avance de RSE, se hizo factible la elaboración del Balance Social de la empresa

Igualmente, nos interesamos por contribuir con estadísticas recientes sobre este problema. En el ámbito profesional, el beneficio también se atendió en conocer el contexto ambiental, social y económico, que se desarrollan en el entorno de las empresas.

Se realizó una serie de entrevistas con los gerentes y funcionarios de las empresas del sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador. En las conversaciones obtenidas con las personas nombradas,

la información que se pudo recolectar fue de gran importancia, ya que se recabo información necesaria y precisa.

Por lo expuesto anteriormente se presenta el tema “Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial en el sector de las Curtiembres en la zona de planificación 3 del Ecuador” el mismo que pretende dar una visión general de indicadores en un modelo de balance social que faciliten tomar decisiones acertadas para tener un crecimiento empresarial adecuado.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema.

“Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial en el sector de las Curtiembres en la zona de planificación 3 del Ecuador”

1.2. Planteamiento del Problema.

1.2.1. Contextualización.

Macrocontextualización.

Martínez Garcés (2007) en su trabajo citado por (Cardozo, 2003) nos dice que: “El origen de la responsabilidad social empresarial ocurre cuando: La apertura económica y comercial de los mercados ha planteado nuevos retos para las empresas, destacando esencialmente el de su persistencia frente a la competitividad. Esta competitividad ha implicado establecerse más allá de su estricta lógica de generación de riqueza y empleo, a efecto de reorientar su rol en agentes de cambio y desarrollo para las comunidades en las cuales se desenvuelven.”

Zambrano (2011) detalla: “Históricamente la Responsabilidad Social Empresarial o simplemente el manejo de "temas sociales" han sido enfrentados con mayor frecuencia por el sector minero e hidrocarburos. Hoy en día otros sectores como el forestal, ven necesario y fundamental la incorporación en sus proyectos de variables e indicadores que tengan armonía con las poblaciones y organizaciones sociales de una región.”

“La Responsabilidad Social Empresarial se aplica a diversos temas como políticas de contratación local, estrategias de comunicación y consulta, desarrollo local, negociaciones, planes de relaciones comunitarias, entre otros. El reconocimiento de la Responsabilidad Social

dentro de la evaluación internacional de estándares de calidad ha sido formalizado mediante la Certificación SA 8000 y el WRAP, entre otros. “ (Zambrano, 2011).

En palabras de Pesendorfer (2012):

“RSE es un modelo de gestión empresarial, a través de cuyas actividades las empresas pueden rendir su aporte para un mundo mejor y al mismo tiempo generar beneficios para su mismo. Las actividades de RSE se basan en la iniciativa y responsabilidad propia de las empresas y van más allá de sólo cumplir las leyes”.

Es por ello que los entes económicos en Latinoamérica afrontan un sin número de inconvenientes por el incumplimiento de responsabilidades en el ámbito social y medioambientales ya que estos no siempre han sido controlados, debido a que muchas empresas no buscan un mejoramiento autentico de ellos, y muchas ocasiones solo se rigen a la ley.

En términos de Mejía (2006), “Toda empresa es un conjunto de procesos que de manera concatenada comienzan y terminan en el cliente. Todo lo que hacemos es un proceso”. Visto desde este punto las empresas para poder mejorar no solo su rentabilidad financiera, sino también la calidad de trabajo de sus empleados, deben generar y gestionar una adecuada administración y gestión en términos de Responsabilidad Social Empresarial, ya que se engloban en un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económicas, sociales y ambientales, que no solo influya y se vea reflejado en la calidad de producto o servicio, sino también en la actitud de trabajo que realizan.

En el artículo de Puerto Becerra (2010) nos dice: “Una vez planteados los principales problemas que surgen a la hora de afrontar el estudio del crecimiento empresarial, y considerando las palabras de Penrose

“Debemos mirar la organización como un todo para descubrir las razones de su crecimiento” (1962, p.9).

Una empresa a nivel mundial hoy en día no solo debe fijarse solo en obtener réditos económicos sino también ir buscando estrategias en donde pueda tener un crecimiento empresarial, creando fuentes de trabajo, inculcando a cada uno de sus empleados los principios, valores, y el amor que se debe poner al realizar las funciones otorgadas. Es por ello que Mejía (2006) expone: “No es posible pensar que la gente trabaja por trabajar, puesto que están mirando hacia un objetivo, y ven a donde quieren llegar”.

En Latinoamérica la gran mayoría de las empresas no están tomando las medidas necesarias para que le hagan crecer a su negocio, ya que solo se están basando en un marco en donde solo quieren tener rendimientos financieros, y hoy en día nos debemos también enfocar en que las empresas deben manejarse bajo valores, los mismos que serán de beneficio para la el crecimiento empresarial de la empresa. El no darles un adecuado ambiente laboral dificulta que los trabajadores no rindan en un 100%.

“La relación con el estado y la sociedad depende mucho del tamaño de la empresa y su peso dentro de la industria en que está ubicada. Generalmente, las empresas grandes y aquellas que son más destacadas en sus sectores de actividades económicas tienden a mantener relaciones más próximas con los órganos gubernamentales, debido a su peso en la economía nacional. Sin embargo, la participación de la empresa en la vida pública y en programas gubernamentales de desarrollo social no se restringe a las empresas grandes y transnacionales. Existen muchas empresas pequeñas y medianas que, por medio de su involucramiento social, asumen un papel de liderazgo en la discusión de temas como

participación popular combate a la corrupción y desarrollan programas de educación para la ciudadanía. Tanto el liderazgo social de la empresa como la participación en proyectos gubernamentales de desarrollo social son elementos clave de una postura responsable hacia el estado y la sociedad". (Vives, 2007).

"Veamos la realidad. Para tener éxito en los negocios y ser sustentables, las compañías tienen que ganar dinero. Pero hay que entender que la rentabilidad es un motivador y no el objetivo por sí mismo. El mundo moderno depende de energía y metales para casi todo, desde alimentos, alumbrado, así como para comodidad y transporte. Pero el uso de estos recursos debe permitir un desarrollo sustentable, que es aquel que al cubrir las necesidades presentes no comprometa la habilidad de las próximas generaciones para cubrir sus propias necesidades. Esta es una brillante definición, lanzada en 1987 por la Comisión Brundtland de las Naciones Unidas en su reporte "Nuestro futuro común"; y no es un concepto estático sino que obliga a que si esta generación está usando recursos finitos o parte de nuestro capital natural, la única manera que sea sostenible en el futuro es que nosotros los convirtamos ahora en otras formas de capital - incrementar la capacidad y talento humano mediante educación e infraestructura." (Quezada Pavón, 2012).

Mesocontextualización.

En palabras de Suárez García (2011) manifiesta que: "La preocupación de las empresas y sus propietarios para con los consumidores, trabajadores y proveedores, así como la responsabilidad para con el medio ambiente es un tema relativamente nuevo en el mundo y en la región, y es un aspecto no muy bien conocido en el Ecuador."

Quezada (2012) expone: “La percepción de los ecuatorianos sobre las empresas que hacen Responsabilidad Social (RSE) en el país. Las conclusiones de esta investigación me inducen a pensar lo siguiente: a) Muy poca gente encuestada tenía una idea clara de lo que es RSE; b) Tan pronto les mencionaron generalidades sobre RSE, muchos se volvieron eruditos en la materia, más por estar en la moda que por convicción; y 3) Muy pocas empresas practican realmente RSE en el Ecuador. Todavía está por verse si la célebre frase: “Es rentable ser socialmente responsable” es una verdad o solamente el cliché de una campaña publicitaria.”

El Ecuador tiene un retraso muy notable en el desarrollo de estas teorías, y podemos decir que en Latinoamérica no es el único, según lo expuesto por Quezada (2012) nos dice que:

“Desarrollo sustentable y responsabilidad social empresarial tienen otro significado para nosotros y no pueden ser aplicados de la misma manera que en otras partes de este mundo globalizado. Santo Tomás de Aquino dijo: “Opus justitae pax” -el trabajo por la justicia es la paz-. Sería injusto que a nuestros países les pongan una camisa de fuerza al potencial desarrollo por proteger la sostenibilidad. Es por eso que en nuestro país y otros en este continente, buscamos que se trabaje por la justicia para obtener la paz y el progreso necesarios, pues tenemos que aceptar que hay una muy estrecha relación entre justicia social y responsabilidad social”.

Existen empresas que no tienen herramientas de trabajo adecuadas y más, aún si es una microempresa, es por ello que las empresas deben generar y crear concientización en las tres dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial, ya que hoy en día estas más se

enfocan en lo que es los valores éticos, morales, que a través de estos se puede generar más efectividad, éxito dentro de las entidades comerciales y de ésta manera las empresas crecen.

“Para Johnson y Scholes (2001, p. 17), “el análisis estratégico consiste en comprender la posición estratégica de la organización en función de su entorno externo, sus recursos y competencias internas, y las expectativas e influencias de los *Stakeholders*”. Según Dess y Lumpkin (2003), el análisis estratégico consiste en el trabajo previo que se debe realizar para la formulación e implantación eficaz de las estrategias. Para estos autores un análisis completo debe involucrar tanto factores externos como internos que incluyen los siguientes procesos: a) *analizar los propósitos y los objetivos organizativos*: la visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa; b) *analizar el entorno*: el análisis del entorno permite obtener información valiosa para la identificación de oportunidades y amenazas; c) *realizar el análisis interno*: este proceso ayuda a identificar las fortalezas y debilidades que pueden, en parte, determinar el éxito de una empresa en un sector; d) *valorar los activos intangibles de la empresa*: el capital humano y otros activos intelectuales o intangibles, como son redes y relaciones entre sus empleados, clientes, proveedores y aliados.” (Aguilera Castro, 2010).

Vives (2011, pág. 42) nos dice: “La responsabilidad social de la empresa es una ética de la coherencia”. Debido a que en la mayoría de los casos, sucede lo ya anteriormente mencionado podemos notar que si existe una mala administración de los recursos, es porque la evolución de las organizaciones han sido afectadas por los diversos cambios económicos, culturales y sociales que surtieron en la transformación de la sociedad, teniendo en cuenta que no han sido controlados con rigurosidad.

En términos de Momborg (2007): “La responsabilidad social empresarial es una obligación de la empresa hacia la sociedad, que se articula como

obligaciones concretas hacia los estamentos y grupos que conforman la coalición empresarial y sus entornos específico y general.”

“El crecimiento económico es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado. Este período puede ser muy corto (un trimestre o un año); pero la teoría del crecimiento económico se ocupa principalmente de analizar los factores que influyen en el ritmo al que crece una economía por término medio durante períodos más largos. De esta forma, el énfasis se pone más en la expansión de la capacidad productiva de un país que en sus fluctuaciones a corto plazo, de las que se ocupa la teoría del ciclo económico”. (Uxó González, 2008).

“La empresa es el instrumento universalmente empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los servicios existentes en la economía. La empresa desarrolla su actividad en conexión con otros agentes y esta relación condiciona el cumplimiento del objetivo que motiva su existencia.” (Hinojosa, 2002).

En palabras de Blázquez, Dorta y Verona (2006) nos dice que: “La estrategia de crecimiento consiste en buscar un ritmo de desarrollo compatible con su capacidad de financiación y control del crecimiento. Este objetivo de crecimiento equilibrado es forzado a la vez por factores humanos (crecimiento controlable) y por factores financieros (crecimiento sostenible). (Sallenave, 1984, p. 97)”.

Se puede decir que la responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial van de la mano ya que a manera de estrategia los procesos dentro de la empresa deben ser concatenados con lo que es la responsabilidad, tanto en lo social como en lo ambiental, debido a que tienen causas que son dependientes y se relacionan entre sí.

Microcontextualización.

En la Zona de Planificación 3 del Ecuador, comprendidas por las provincias de: Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Chimborazo cuentan con un potencial en la comercialización de adobo de cueros, principalmente en la provincia de Tungurahua, lo que ha dado la posibilidad a desarrollarse de tal manera que esta actividad se haya convertido en potencial económico en el Ecuador. Sin embargo las actuales prácticas no revisten los análisis integrales que generen valor agregado al sistema organizacional, y sus resultados antes que ser la manifestación independiente de los hallazgos en busca del mejoramiento, se limitan a cumplir un rol figurativo y en muchas ocasiones, tan solo cumplen con las disposiciones legales (que obligan su funcionamiento) vigentes.

El sector de las curtiembres tiene una importancia valiosa en el crecimiento económico y además aporta a reducir la pobreza y la inequidad, las mismas que al ser generadoras de empleo, ingresos y mejores condiciones de vida.

La Zona de Planificación 3 del Ecuador son provincias emprendedoras en el ámbito comercial e industrial, en la cual la microempresa participa con un 85% en la economía del territorio y en concordancia con el Código Orgánico de la Producción y las políticas del Gobierno Nacional en impulsar el cambio de patrón de especialización productiva de la economía (Matriz Productiva) que le permita al Ecuador generar mayor valor agregado a su producción en el marco de la construcción de una sociedad del conocimiento; como un actor más del Nuevo Modelo de Gestión y acogiendo a la competencia que le otorga el COOTAD de fomentar las actividades productivas provinciales, se encuentra implementando la Agenda de Competitividad de Tungurahua desea profundizar en impulsar al sector de las curtidurías, que permita a los empresarios mejorar su nivel de competitividad con acciones dinamizadoras y herramientas de mejora, queriendo llevar este proceso a

cabo con una responsabilidad clara de los organismos públicos nacionales, los gobiernos autónomos descentralizados y el sector involucrado.

Por lo antes mencionado se evidencia que inclusive este sector productivo mantiene varias regulaciones, que en ocasiones limita el desenvolvimiento de sus actividades, encareciendo la efectividad de sus operaciones.

“En toda entidad sin importar su tamaño, siempre se produce una tensión entre lo tradicional y lo moderno, entre los viejos conocimientos y los nuevos, entre las antiguas formas de apreciación y las que emergen, entre las creencias que vienen del sentido común actual y las del nuevo sentido común que se abre paso. Es una dinámica constante. Precisamente porque las transformaciones no se dan en un instante, porque transformar implica un proceso de acomodados y reacomodos internos e íntimos, es que surgen los distintos grados de incoherencia en empresas que asumen prácticas de responsabilidad social”. (Quiróz, Elkin, & López, 2013).

1.2.2. Análisis Crítico.

Luego de la recopilación de información se ha llegado a determinar las causas que originan el problema como son:

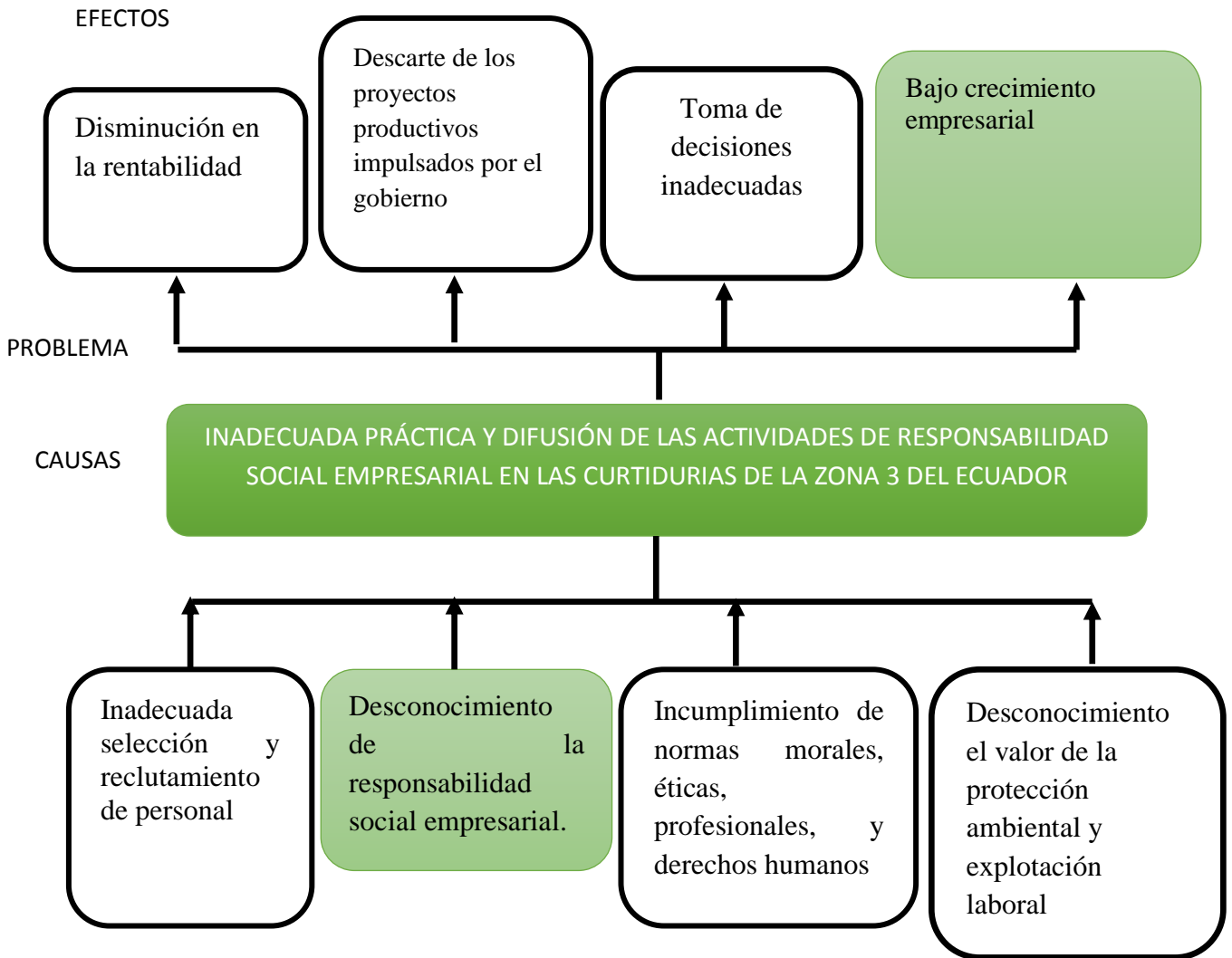


Grafico 1 Árbol de Problemas
Fuente: La Autora
Elaborado por: Galarza K.

Relación Causa-Efecto

En la mayoría de las empresas por no tener un control adecuado de las actividades que realiza, ambiente laboral brindado a los trabajadores, medición de los riesgos; en cada área que estas posean, influye que la empresa no pueda tomar decisiones acertadas en cuanto al beneficio y sostenibilidad de su economía, dándonos como resultado un decremento en sus resultados.

En la actualidad las empresas que se dedican a la descarnadura de la piel de los animales, contratan personal poco capacitado que no conocen el

manejo o tratamiento adecuado que se debe dar a este proceso; y no solo es esta problemática, sino también, las curtiembres por dedicarse a su actividad comercial no se fijan mucho en el impacto ambiental que causan, dejan de lado las responsabilidades que se deben cumplir a cabalidad, tomando en cuenta que las normativas vigentes expuestas por el gobierno son controladas con más rigurosidad, sin embargo las empresas, muchas de las veces solo buscan cumplir la ley y no ven el daño que muchas de las veces se genera en el entorno. Es por ello que, por falta de conocimiento de la responsabilidad social empresarial dejan incompletas ciertas responsabilidades otorgadas a cada miembro de la misma, generando así que no se refleje la situación real que mantiene la empresa interna y externamente.

La responsabilidad social empresarial es un mecanismo que aún desconocen varias entidades para su aplicación, ya que en la mayor parte de las personas que laboran en la misma no tienen el conocimiento adecuado, y en su mayoría no han sido aplicadas en el nuestro país, y esto puede afectar en que el gobierno puede abrir programas de desarrollo productivo y las empresas no puedan aplicar para las mismas ya que no está siendo tomado desde un punto de vista equivoco, ya que no solo se lo que busca tener negocio solo financiero sino también social y de esta manera también tener un crecimiento de la empresa.

Hay que tomar en cuenta que la responsabilidad social empresarial hoy en día se está tomando como un modelo de gestión, e inclusive como un modelo de competitividad, no solo para mejorar, las relaciones internas de la empresa sino también las zonas externas, porque lo que buscan no es solo la satisfacción exterior sino también la competitividad dentro de la empresa con los trabajadores.

Por otro lado si nos podemos dar cuenta muchas de las empresas están incumpliendo con las leyes, regulaciones dispuestas por el Estado, ya que, como es de dominio público son exigencias que en ocasiones solo

las cumplen por imposición más no por el bien común, pensando solo en el beneficio personal y no en el de su entorno.

El desconocimiento de normas morales, éticas, profesionales e incluso de los derechos humanos, provoca que de alguna manera se esté incumpliendo la normativa legal vigente, y si esto no es controlado por el propietario, puede tener problemas, y más que esto las entidades lo que hoy buscan es crear en cada uno de sus trabajadores conciencia de lo que se encuentran haciendo, y lo que se hace se lo haga con el amor y cariño ya que el beneficio es retribuido.

El principal problema de las empresas que se dedican a la descarnadura, es que por el desconocimiento de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial, un control inadecuado de las funciones de cada empleado y propietario de las mismas por falta de capacitación y conocimiento de las actividades que realizan los que están laborando, puede estar generando un decremento en las utilidades que se esperan tener; es decir que si no se cuenta con un control interno adecuado, dentro de cada área, a largo plazo se irán encontrando incumplimiento de funciones en cada cargo asignado a los empleados, por consiguiente todos estos factores afectan al control, organización y planificación de la empresa, tomando en cuenta que no se aplican los elementos correspondientes del mismo.

1.2.3. Prognosis.

La responsabilidad social empresarial es de vital importancia, si no es aplicada correctamente puede resultar complicada la implementación en un futuro; el Gobierno suele realizar proyectos, programas para las empresas las mismas que benefician de gran manera a las entidades ya que permiten que estas sean conocidas a nivel nacional e inclusive a nivel mundial, si las empresas no motivan a sus empleados, y sobre todo no existen valores, ya sean morales, profesionales, éticos no se podrá tener una confiabilidad al ciento por ciento con las personas que se encuentran trabajando; podemos decir que si la empresa no tiene el interés al cual

conlleva el conocimiento de lo que significa y es la implantación de la responsabilidad social empresarial, la empresas que se dedican a la descarnadura de la piel de animales no podrán posicionarse en un puesto sobresaliente dentro de un mercado competitivo y de buena posición.

De no encontrar alternativas de solución a este problema, la empresa seguirá llevando un sistema laboral inadecuado lo mismo que ocasionará que las decisiones dentro de la empresa sean tomadas de manera incorrecta e inadecuada.

Además, si no se cumplen con las leyes dispuestas por nuestro Gobierno tomemos muy en cuenta que a la larga esto puede generar déficits en la economía de la empresa, debido a que si no se rige a las mismas, pueden generarse conflictos e inclusive al cierre de las mismas por incumplir disposiciones legales, y más allá de esto también por no tomar en cuenta el entorno en el que se encuentra la empresa.

Es importante que la persona que se encuentra al frente de la empresa tome medidas de solución que permitan el alcance de los objetivos, la adecuada aplicación de los elementos de responsabilidad social empresarial, son necesarios, si no se aplica estos elementos eficientemente y si el personal no está preparado a colaborar con el cambio, tarde o temprano llevará a la empresa a quebrar sin que se pueda remediar el problema.

Para dar solución a este problema es necesario concientizar a las personas involucradas en el funcionamiento de las operaciones que se realizan dentro de toda la entidad, a trabajar y a cumplir de forma adecuada, aplicando las normas y leyes que necesita la empresa para el correcto funcionamiento, los elementos de responsabilidad social empresarial deben ser incorporados en todos los departamentos de la entidad, y a todas las personas que están laborando dentro de ellas, el propietario debe poner más énfasis en controlar las obligaciones que se designaron a cada trabajador, y sobre todo de ir creando valores en ellos,

con el fin de que la toma de decisiones sean escogidas de manera acertada, también cuál sería la rentabilidad y que beneficios daría como resultado en el futuro si se inspecciona las actividades y si existe una correcta planificación para ejecución de los mismos, con estos parámetros el negocio se puede expandir.

1.2.4. Formulación del problema.

¿Cómo influye la Responsabilidad Social Empresarial en el Crecimiento Económico de las Curtiembres en la Zona de Planificación 3 del Ecuador?

1.2.5. Interrogantes.

- ¿Cuál es el compromiso que tienen las empresas en actividades de Responsabilidad Social?
- ¿Cómo se evalúa el Crecimiento Empresarial en las Curtiembres en la zona de planificación 3 del Ecuador?
- ¿Cómo se difunden las actividades en Responsabilidad Social?
- ¿Es posible describir las acciones que han ejecutado las Curtiembres de la zona de planificación 3 del Ecuador, como aporte a la responsabilidad social empresarial?
- ¿Cómo se mide el Crecimiento Empresarial en las Curtiembres en la zona de planificación 3 del Ecuador?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.

Campo: Ciencias sociales, educación comercial, derecho empresarial y legal

Área: Educación comercial, administración, contable y recursos humanos

Aspecto: Responsabilidad Social Empresarial

Temporal: Período comprendido Octubre 2014-Marzo 2015

Espacial: Sector de las Curtiembres ubicado en la Zona de Planificación 3 del Ecuador.

Población: La presente investigación será realizada en toda las curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador.

1.3. Justificación.

El presente proyecto justifica su desarrollo en la importancia práctica ya que los resultados que se tendrán están relacionados netamente con lo que las curtidurías necesitan para su mejoramiento, de este modo resultaran beneficiados todos los colaboradores de las mismas y los de su entorno, este también servirá de guía para otras empresas comerciales que se encuentren pasando la misma problemática, ya que se realizarán estudios más exhaustivos del porque no se aplica la responsabilidad social empresarial, y las dificultades que atraen las mismas.

En términos de Martínez Herrera (2005) “Responsabilidad social empresarial de los negocios consiste en maximizar la rentabilidad para los accionistas dentro del marco de la ley, Según Friedman, la única responsabilidad de una empresa es para con sus accionistas y, mientras utilice sus recursos de las manera más eficiente posible, podrá ofrecer a la sociedad los mejores productos y servicios al precio más razonable, generando empleo, producción e inversión.”

El Estado, mediante elementos legales apropiados, debe verificar que las empresas cumplan con prácticas de responsabilidad social empresarial, y estas tengan un buen funcionamiento; con lo que respecta al medio ambiente es un tema muy importante tratar dentro de las mismas, en vista de que el Gobierno ha implementado nuevas normas, políticas, leyes que deben cumplir cada industria comercial, y sin embargo han sido evadidas, siendo estas normas jurídicas, pero a más de esto se debe también tomar en cuenta que más que una norma son los principios que

cada entidad tiene ya que se debe fijar más en los que se encuentra a su alrededor para no solo ser empresas que cumplen con la ley sino que ven más allá de eso.

Para poder sintetizar dentro de una entidad este nuevo modelo, es indispensable y fundamental que los empresarios adquieran y tengan una visión profunda en la misma donde se reconozca la importancia e impacto de su gestión no solo en beneficio de la empresa sino también de la comunidad entera.

Los beneficiarios de esta investigación no solo serán los que se encuentran dentro de las empresas de curtiembres, sino también serán beneficiados el resto de la comunidad, generando de esta manera beneficios en el sector.

La presente investigación recopilara información durante el desarrollo, y de esta manera poder recomendar e inclusive implementar acciones de mejoras, teniendo como resultado mejor rentabilidad, y acoplándose a las necesidades que hay y al escenario nacional en el cual vivimos y nos desenvolvemos.

Para la elaboración de la presente investigación disponemos del tiempo suficiente para la recopilación de información necesaria y oportuna por parte de la investigadora, así como también, los recursos económicos, esta investigación es factible ya que se cuenta con la colaboración de los funcionarios de las empresas y son quienes nos facilitan los documentos necesarios para ser analizados para la investigación, la misma que es verídica y se lo realizara en el mismo lugar de los hechos.

1.4. OBJETIVOS.

1.4.1. Objetivo General.

Estudiar el grado de relación de la Responsabilidad Social en el Crecimiento Empresarial del sector Curtiembres de la zona de planificación 3 del Ecuador.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Determinar el nivel de compromiso de las empresas del sector Curtiembres de la zona de planificación 3 del Ecuador en actividades de Responsabilidad Social.
- Evaluar el crecimiento empresarial identificando las estrategias utilizadas.
- Diseñar un modelo de balance social que permita difundir las acciones que realizan las empresas del sector Curtiembres en Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos.

Mediante investigaciones realizadas de diferentes autores de tesis con relación al “Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el Crecimiento Económico en el sector de las Curtiembres en la Zona de Planificación 3 del Ecuador, no se han encontrado tesis e investigaciones de universidades nacionales e internacionales en dicho sector, pero si se han encontrado documentos relacionadas con las variables propuestas en el presente proyecto de investigación.

“De acuerdo con Carroll (1979, 1991 y 1999), la RSE puede ser definida como un concepto que comprende las expectativas económicas, legales, éticas y voluntarias o filantrópicas que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado del tiempo. Según dicho modelo, las dimensiones de la RSE son cuatro y dependen sucesivamente unas de otras. En primer término se halla la dimensión económica, que se refiere a las expectativas de la sociedad de que las empresas sean rentables y que obtengan utilidades –como incentivo y recompensa a su eficiencia y eficacia– mediante la producción y venta de bienes y servicios; después se encuentra la dimensión legal, entendida como las expectativas de la sociedad de que las empresas alcancen sus objetivos económicos sujetándose al marco jurídico establecido; en tercer lugar está la dimensión ética, referida a las expectativas de la sociedad de que el comportamiento y las prácticas empresariales satisfagan ciertas normas éticas; y finalmente viene la dimensión

discrecional o filantrópica, relativa a las expectativas de la sociedad de que las empresas se impliquen voluntariamente en roles (o actividades) que satisfagan las normas sociales” (Alvarado Herrera & Schlesinger Díaz, 2008).

En palabras de Strandberg (2010) nos dice que: Naciones Unidas lanzó el Pacto Mundial, en el año 2000, con el propósito de conseguir el compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social. La iniciativa promueve una política de RSE enfocada en los impactos sociales y ambientales. El Pacto Mundial consiste en diez principios basados en declaraciones y convenciones universales, que ambiente y lucha contra la corrupción. Esos principios son:

- Derechos humanos

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
2. No ser cómplice de abusos de los derechos humanos.

- Ámbito laboral

3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva
4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

- Medio ambiente

7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.
8. Promover mayor responsabilidad medioambiental.

9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

- Anti corrupción

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

“Las empresas que buscan obtener cifras positivas en el crecimiento a través del comercio exterior deben interpretar no solo las necesidades que tienen los posibles clientes del país anfitrión, sino que, además, deben comprender los cambios en los contenidos de los factores externos e internos antes de decidir salir al exterior” (Puerto Becerra, 2010).

“Una de las principales funciones de la gerencia financiera consiste en maximizar el patrimonio de los accionistas de la organización, por lo cual debe estar familiarizada con el ambiente en el cual la empresa se desenvuelve y ser capaz de adaptarse al entorno cambiante, si quiere que ésta sobreviva” (Leal Morantes & Cefalá Chirinos, 2003)

“Este crecimiento, realizado para expandir sus actividades, bien sea por la introducción de nuevos productos o líneas o por la penetración de nuevas áreas o mercados, puede ser llevado a cabo de dos formas (Cruz, 1999): a) crecimiento interno, basado en la apertura de nuevos establecimientos comerciales y b) crecimiento externo, mediante fusiones y adquisiciones de otras empresas, establecimiento de acuerdos de colaboración o alianzas estratégica” (Leal Morantes & Cefalá Chirinos, 2003).

“Guadamillas (2006) menciona que el crecimiento de la empresa se puede explicar a partir del potencial innovador

que la creación, transferencia, integración y aplicación de conocimientos aportan a la organización en un marco donde la cultura, el liderazgo, la estructura organizativa y las prácticas de recursos humanos, entre otros aspectos, lo favorecen de modo que este conjunto de procesos alcance la máxima eficacia. Nuevamente este autor resalta, entre otros aspectos, el papel del liderazgo para alcanzar metas de crecimiento; esto se puede evidenciar al abordar la perspectiva basada en la motivación” (Aguilera Castro, 2010).

“Las empresas que miran el crecimiento como un objetivo indispensable para su sostenibilidad han empezado a adoptar la Responsabilidad Social como una estrategia corporativa. Los cambios económicos, sociales y culturales han obligado a las empresas a pasar de la filantropía y la inversión social a la “generosidad deliberada”; hoy, la empresa busca no solo el bien común, por principios, sino que basa toda estrategia en la combinación perfecta de los factores ambientales, sociales y económicos que garanticen la protección de los intereses de la empresa, incluyendo su reputación como benefactor de la sociedad” (Aguilera Castro & Puerto Becerra).

“La razón de ser de la RSE no se limita sólo al desempeño social de las empresas, cumple también con metas empresariales individuales. El desempeño socialmente responsable de las empresas promueve un mayor sentido de identidad de cada trabajador con su empresa; mejora la percepción que el público tiene de ella y su posicionamiento en las preferencias de los consumidores” (Brown Grossman, 2010).

“La World Business Council for Sustainable Development (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible)

define a la Responsabilidad Social Empresarial como: “El compromiso de la empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajar con los empleados, sus familias y la comunidad local en general para mejorar la calidad de vida” (Pacheco Sempértegui).

“Considerando a la RSE como la savia que alimenta la razón de ser de las organizaciones, se establece que la RSE debe estar fusionada con la gestión económica de tal manera que se posibilite el equilibrio entre la organización y el entorno (Araque 2003)” (Espiosa Palomeque, 2010).

“Profundizar el impacto de las iniciativas sociales promovidas por el sector privado requiere de una participación estratégica por parte de los empresarios y de una mayor conciencia de los resultados alcanzados. Los aportes financieros son una mínima parte de las contribuciones posibles; el mayor apalancamiento está en poner a disposición de causas sociales los conocimientos, habilidades y logística empresarial” (Gutiérrez, Felipe, & Rodrigo, 2006).

2.2. Fundamentación filosófica.

Ontológica: En el paradigma; Crítico- Propositivo se interpretará la realidad del problema objeto de estudio y la constante evolución del movimiento en la organización.

Epistemológica: Se interactúan el objeto de estudio y el investigador de una manera directa puesto que tendrá que interpretar, comprender y así dar alternativas de solución, en lo cual se motivará la participación de los actores sociales.

Axiológica: Esta investigación aplicara valores como respeto, honestidad y responsabilidad para que la logística de responsabilidad social

empresarial funcione en la empresa, puesto que mejorará la calidad de vida del hombre e incrementará las ventas de la empresa.

2.3. Fundamentación legal.

La presente investigación se sustenta en normas, leyes, reglamentos, políticas y lineamientos que son regidas y controladas por el Gobierno, lo que nos indica que nuestras variables se encuentran dentro de estas, para lo cual citaremos los artículos más relevantes en los que se encuentran inmiscuidos.

- Constitución del Ecuador
- Plan Nacional del Buen Vivir
- Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas sociales en el Ecuador.
- COOTAD
- Ley Ambiental

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Sección segunda

Del medio ambiente

Art. 86.- El Estado protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza.

Se declaran de interés público y se regularán conforme a la ley:

1. La preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país.

2. La prevención de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo sustentable de los recursos naturales y los requisitos que para estos fines deberán cumplir las actividades públicas y privadas.

3. El establecimiento de un sistema nacional de áreas naturales protegidas, que garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de los servicios ecológicos, de conformidad con los convenios y tratados internacionales.

Art. 87.- La ley tipificará las infracciones y determinará los procedimientos para establecer responsabilidades administrativas, civiles y penales que correspondan a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, por las acciones u o misiones en contra de las normas de protección al medio ambiente.

Art. 89.- El Estado tomará medidas orientadas a la consecución de los siguientes objetivos:

1. Promover en el sector público y privado el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes.

2. Establecer estímulos tributarios para quienes realicen acciones ambientalmente sanas.

3. Regular, bajo estrictas normas de bioseguridad, la propagación en el medio ambiente, la experimentación, el uso, la comercialización y la importación de organismos genéticamente modificados.

DEL SISTEMA ECONÓMICO

Capítulo 1

Principios generales

Art. 242.- La organización y el funcionamiento de la economía responderán a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad, a fin de asegurar a los habitantes una existencia digna e iguales derechos y oportunidades para acceder al trabajo, a los bienes y servicios: y a la propiedad de los medios de producción.

Art. 243.- Serán objetivos permanentes de la economía:

1. El desarrollo socialmente equitativo, regionalmente equilibrado, ambientalmente sustentable y democráticamente participativo.
2. La conservación de los equilibrios macroeconómicos, y un crecimiento suficiente y sostenido.
3. El incremento y la diversificación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado interno.
4. La eliminación de la indigencia, la superación de la pobreza, la reducción del desempleo y subempleo; el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, y la distribución equitativa de la riqueza.
5. La participación competitiva y diversificada de la producción ecuatoriana en el mercado internacional.

Art. 244.- Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá:

1. Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen

confianza. Las actividades empresariales pública y privada recibirán el mismo tratamiento legal. Se garantizarán la inversión nacional y extranjera en iguales condiciones.

2. Formular, en forma descentralizada y participativa, planes y programas obligatorios para la inversión pública y referencial para la privada.

3. Promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos. Impulsar la libre competencia y sancionar, conforme a la ley, las prácticas monopólicas y otras que la impidan y distorsionen.

4. Vigilar que las actividades económicas cumplan con la ley y Regularlas y controlarlas en defensa del bien común. Se prohíbe el anatocismo en el sistema crediticio.

5. Crear infraestructura física, científica y tecnológica; y dotar de los servicios básicos para el desarrollo.

6. Empezar actividades económicas cuando lo requiera el interés general.

7. Explotar racionalmente los bienes de su dominio exclusivo, de manera directa o con la participación del sector privado. 8. Proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad.

9. Mantener una política fiscal disciplinada; fomentar el ahorro y la inversión; incrementar y diversificar las exportaciones y cuidar que el endeudamiento público sea compatible con la capacidad de pago del país.

10. Incentivar el pleno empleo y el mejoramiento de los salarios reales, teniendo en cuenta el aumento de la productividad, y otorgar subsidios específicos a quienes los necesiten.

Art. 245.- La economía ecuatoriana se organizará y desenvolverá con la coexistencia y concurrencia de los sectores público y privado. Las empresas económicas, en cuanto a sus formas de propiedad y gestión, podrán ser privadas, públicas, mixtas y comunitarias o de autogestión. El Estado las reconocerá, garantizará y regulará.

2.4. Categorías Fundamentales.

2.4.1. Gráficos de inclusión Interrelacionados.

Súper-ordinación conceptual:

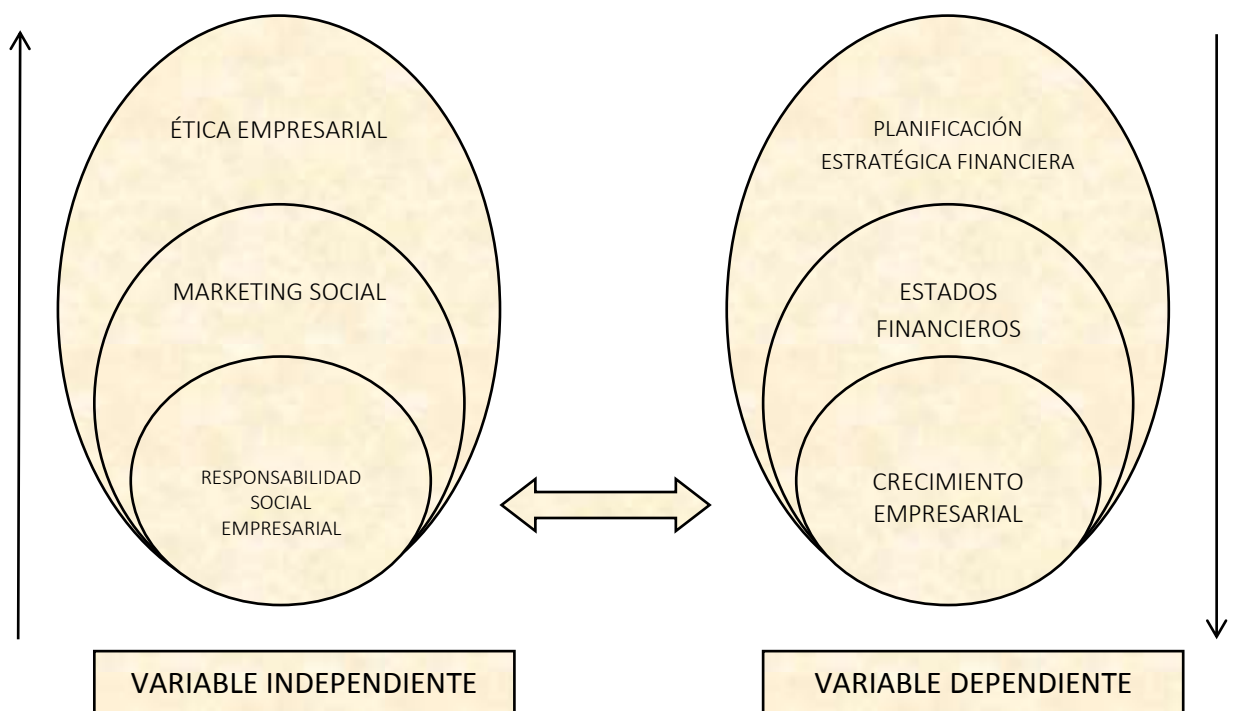


Gráfico 2 Inclusión de categorías conceptuales

Fuente: la autora

Elaborado por: Galarza K.

Sub-ordinación conceptual (variable independiente)

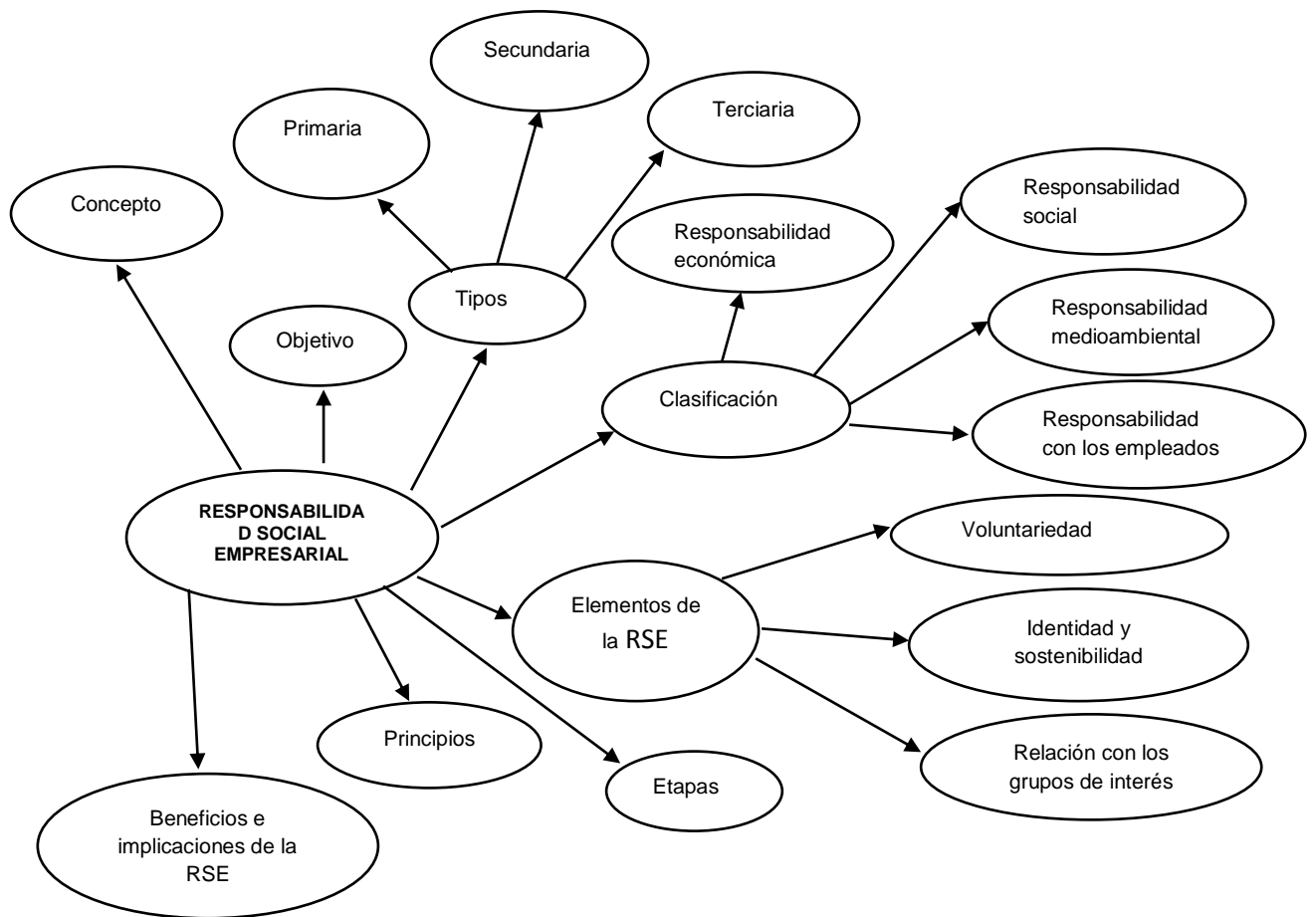


Grafico 3 Sub-ordinación conceptual (variable independiente)

Fuente: La Autora

Elaborado por: Galarza K.

Sub-ordinación conceptual (variable dependiente)

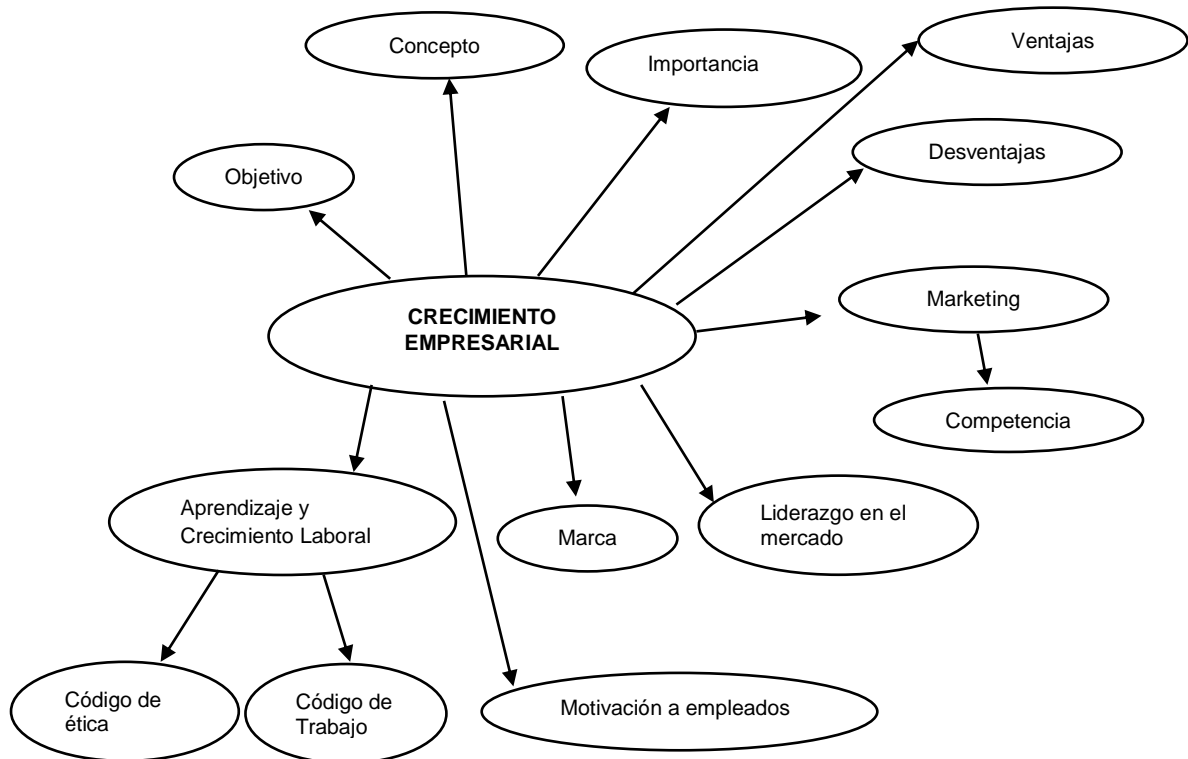


Grafico 4: *Sub-ordinación conceptual (variable dependiente)*

Fuente: La Autora

Elaborado por: Galarza K.

2.4.2. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema.

2.4.2.1 Conceptualización de la variable independiente.

- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Para Pesendorfer (2012) “La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un modelo de gestión empresarial que se replica a nivel mundial respondiendo a la nueva tendencia global del desarrollo sostenible.”

“Es el compromiso continuo de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general” (Lopez Gomez, 2012).

“Abarca tres aspectos fundamentales, a saber: responsabilidad económica, responsabilidad social y responsabilidad medioambiental. Atender a estas tres cuestiones es necesario para hacer de la empresa un proyecto legitimado socialmente y perdurable en el tiempo.” (Lopez Gomez, 2012)

Según el artículo de WorldBank (2006) “La Responsabilidad Social Empresarial es el: “Hacer negocios basados en principios ético y apegados a la ley. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera.”

La decisión de hacer estos negocios rentables, de forma ética y basada en la legalidad es realmente estratégico, ya que con esto se generará:

Mayor productividad: a través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce a mejor retención de talentos y por ende menores índices de rotación;

Lealtad del cliente: satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas.

Además de calidad y precio, los clientes empiezan a demandar información de las condiciones de producción, las certificaciones que tiene el producto, entre otras; y

Acceso a mercados: por cumplimiento de estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores.

Credibilidad: la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse y generando confianza.

La RSE no es una cultura de la filantropía, no se busca que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables. Esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones.

Esta cultura es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico.

“La RSE es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del Desarrollo Sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios. Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero.”
(WorldBank, 2006)

- Objetivo.

WorldBank (2006) dice: “El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.”

- Tipos.

Primarias: Inherentes a la actividad Específica.

Secundarias: Incidencia de la actividad específica en los grupos social con los que se relaciona.

Terciarias: Mejora el entorno mediante acciones no incluidas en la actividad específica.

- Clasificación.

“Responsabilidad Económica: las empresas tienen como una de las acciones más importantes a desarrollar generar riqueza en el entorno en el que estas están insertas (empleo, innovación, impuestos, etc.)

Responsabilidad Social: la empresa, para ser una institución legitimada socialmente, ha de dar respuesta a las demandas que la sociedad le plantea desde los valores y las pautas de comportamiento que la propia sociedad le indica. De este modo, la empresa conseguirá estar integrada en el entorno en el que está inserta.

Responsabilidad Medioambiental: la empresa expresa su responsabilidad social también a través del cuidado de su entorno físico. Esta cuestión se muestra como una necesidad imperiosa para la propia subsistencia de la empresa.” (Lopez Gomez, 2012)

- Elementos de la RSE.

“Podemos encontrar 3 elementos fundamentales que crean consenso en lo que es la Responsabilidad Social Empresarial:

1. Voluntariedad.

El desarrollo de las acciones de RSC debe ser voluntario y basándose en la idea base de que las mismas empresas son organizaciones que responden a criterios éticos de comportamiento, puestos en evidencia en su interacción con el entorno, conformando una cultura ética empresarial adecuada a las realidades, exigencias y requerimientos de los llamados grupos de interés o “stakeholders”.

En base a esta voluntariedad, no se tiene ninguna justificación para que las acciones de RSC sean impuestas de manera obligatoria por el Estado o las asociaciones empresariales.

2. Identidad y Sostenibilidad.

La RSC es un esquema integral de responsabilidades compartidas entre todos los actores que concurren en la actividad empresarial, quienes conforman una compleja red de relaciones y de valores en cada uno de los eslabones de la cadena de valor empresarial.

Esta cadena de valor empresarial, más que una herramienta para la evaluación de las ventajas competitivas, es un mecanismo de apoyo para el desarrollo de las acciones de la RSC, permitiendo la identificación del impacto económico, social y medioambiental de los procesos; la evaluación de sus fortalezas, opciones, debilidades y amenazas, así como el diseño y la implementación de las estrategias y cursos de acción que permitan alcanzar el desarrollo sostenible.

3. Relación con los “grupos de interés”

“En el entorno de negocios se ha desplazado el enfoque tradicional de la empresa basada en los accionistas (“shareholders”) por el enfoque de los grupos de interés (“stakeholders”), bajo el cual se asume que las

empresas no rinden cuentas única y exclusivamente a sus accionistas, sino que también deben tomar decisiones compartidas con todos los actores sociales de su entorno: Empleados, proveedores, gobiernos nacionales y regionales, clientes, consumidores y organizaciones sociales, entre otros” (Emprendepyme).

“El manejo de las relaciones de la empresa con sus grupos de interés permite, de una manera natural, efectiva y en un adecuado clima de confianza, desarrollar esa cultura ética empresarial basada en valores universales como la honestidad, la transparencia, la comunicación y el diálogo.” (Emprendepyme).

- Etapas.

Las etapas que nos presenta Brown Grossman (2010) son:

Preparación: Implica identificar los beneficios que la RSE puede aportar. Requiere que la gerencia y el personal comprendan lo que se espera de ellos y se comprometan con el proyecto. En esta etapa es necesario disponer de una buena planificación que facilite la ejecución y el control.

Diagnóstico: La gestión de la RSE parte de un análisis interno de los procesos, sistemas, políticas y prácticas y un análisis externo de los consumidores, proveedores, comunidades y marco jurídico.

Planificación estratégica y operativa: Requiere definir con claridad las estrategias a seguir y las operaciones que deben seguirse para lograr las metas.

Implantación: Su finalidad es que la empresa pueda jerarquizar sus áreas de intervención en función de sus líneas

estratégicas, de su impacto y de sus capacidades técnicas y económicas para llevarlas a cabo.

Comunicación: Busca cambiar el enfoque de comunicación hacia uno centrado en la relación entre la empresa y sus grupos de interés, a través del diálogo como proceso permanente y el desarrollo de reportes de sustentabilidad.

Seguimiento y medición: Su finalidad es medir el avance de los procesos y la obtención de resultados para asegurar que el sistema es eficaz y que se alcanzan los objetivos.

Revisión y mejora: Su propósito es aprender de la experiencia para eliminar o mitigar las debilidades detectadas y potenciar las fortalezas en el siguiente ciclo de gestión.

- Principios.

La gestión de la RSE arriba descrita debe estar basada en principios propios según Brown (2010) son:

Pues la definición de los principios de la RSE es un tema amplio y discutido desde diversos puntos de vista en la literatura. No es la intención analizar este debate sino la de describir como se observa en la figura 2 a los más importantes.

La transparencia: Se refiere a las ideas, pautas y principios generales para el desarrollo de conductas socialmente responsables. Estos principios se encuentran en los códigos de conducta y buenas prácticas, las declaraciones de principios y los modelos de elaboración de memorias sociales o de sostenibilidad. La transparencia requiere también que las empresas den a conocer, informen y publiquen sus conductas de RSE.

Las normas: Para que una empresa sea calificada como socialmente responsable debe cumplir con un conjunto de requisitos técnicos en su estructura y organización que son monitoreados por agentes externos. De aquí, que una empresa socialmente responsable debe contar con sistemas e informes de auditoría social, medioambiental o en materia de RSE, así como con certificaciones y acreditaciones expedidas por diversas organizaciones.

La autoevaluación: La empresa socialmente responsable evalúa su desempeño en materia de RSE. Esta actividad le permite extraer conclusiones para realizar cambios en los sistemas de gestión y organización. Para llevarla a cabo, la empresa debe identificar los requisitos técnicos en la estructura y organización necesarios para ser calificada como socialmente responsable por agentes externos. Por otra parte, requiere conocer las metodologías para establecer metas y objetivos de la RSE, los mecanismos y criterios para evaluar conjuntamente los resultados y los distintos modelos de los informes de evaluación de distintas instituciones y los llamados sellos de excelencia.

La gestión socialmente responsable: Es el conjunto de códigos de conductas, declaraciones de principios modelos o estándares de gestión, así como también los informes de sostenibilidad con los que debe cumplir la empresa.

Consumo socialmente responsable: Las actividades de las empresas en este ámbito se canalizan principalmente a través de las denominadas etiquetas (labels), indicativas para el consumidor de un correcto proceso de elaboración del producto en términos de RSE.

Marcos o estructuras de información sobre RSE: Una empresa socialmente responsable debe “rendir cuentas” ante los distintos grupos de interés. Para ello, existe en la literatura un conjunto de guías, directrices, soportes y modelos que ofrecen mecanismos de comunicación e información de las actuaciones empresariales en materia de RSE. Se trata de sistemas específicos para comunicar o informar a la sociedad de los niveles concretos de realización y desarrollo en la materia por parte de la empresa.

- Beneficios e implicaciones de la RSE.

“La escala y el carácter de los beneficios que puede otorgar la aplicación de responsabilidad social en una empresa es relativo a la naturaleza de la misma y es difícil de cuantificar. Algunos autores (Orlitzky, Schmidt, and Rynes⁷) encuentran que hay una relación directa entre el desempeño social/ambiental y el financiero. Sin embargo, aquellas empresas que aplican RSE no buscan un crédito financiero en el corto plazo” (Commons, 2013).

“Si bien la definición usada para explicar el impacto en los accionistas refiere generalmente a esfuerzos solidarios y voluntariado, la gestión de RSE puede esta operarse desde en departamentos internos a la compañía como recursos humanos, desarrollo del negocio o relaciones institucionales,⁸ o bien puede formar parte de una unidad independiente que reporta al director o en algunos casos a la junta de directivos. Aunque algunas compañías implementan acciones con valores similares sin necesariamente definir un equipo o un programa estratégico”. (Commons, 2013)

“A menudo la RSE se utiliza para mejorar la imagen de la empresa. Si la estrategia de la empresa y sus operaciones están alejados de la responsabilidad social el programa de RSE se puede interpretar como un

intento de lavado de imagen (greenwash si se trata de asuntos ambientales) y la empresa queda en evidencia” (Commons, 2013).

Dentro de una empresa es probable que el programa de RSE se relegue sobre alguno o varios de los siguientes argumentos:

Recursos Humanos.

Un programa de RSE puede apuntar al reclutamiento y retención de talentos, especialmente considerando el alto grado de competitividad del mercado. Así mismo un programa de RSE ayuda a mejorar y promover una buena imagen de la compañía en el personal interno, especialmente en casos donde los empleados resultan directamente involucrados a través de actividades generadas por el programa.

Filantropía corporativa estratégica.

Las empresas han comenzado a adoptar la RSE no sólo como resultado de presiones de los consumidores, los proveedores, la comunidad, las organizaciones de activistas, los inversionistas, etc. (llamados en conjunto *stakeholders*); la RSE es también una actividad estratégica adicional en la competencia comercial.

“Las empresas pueden desempeñar un papel muy importante en la vida de las personas no sólo como proveedoras de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Muchas grandes empresas son conscientes de ello y han tratado de aprovechar las expectativas que genera la RSE para obtener ventajas competitivas (ayudan ayudándose). La filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y cada vez más forma parte de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa”. (Commons, 2013).

2.4.2.2. *Conceptualización de la variable dependiente.*

- **CRECIMIENTO EMPRESARIAL.**

“El crecimiento económico se debe al crecimiento de los factores como el trabajo y el capital y a las mejoras de la tecnología. Desde el surgimiento de las doctrinas económicas sobre crecimiento económico, se ha determinado que la inversión extranjera es un factor que contribuye al crecimiento de la producción a largo plazo de un país, ya que facilita la transferencia de bienes físicos y conocimientos en técnicas de producción y mercadeo, de la corporación transnacional a sus sucursales.” (Loja Barbecho & Torres Guzmán, 2013).

“Adoptar una estrategia de crecimiento determinada no se consigue exclusivamente con la calidad y afán emprendedor del equipo directivo, con la adecuación de manera eficaz de los medios de producción y comercialización de los negocios de la empresa, con las ventajas competitivas en el mercado de sus productos y servicios fabricados o vendidos, sino que el crecimiento debe venir también avalado por una correcta planificación financiera que permita equilibrar la empresa con el plan de actuación que se va a acometer (Cuervo García y Fernández Sáiz, 1987).

En este sentido, la adopción de una estrategia de crecimiento permite distinguir, por un lado, problemas de origen cualitativo, relacionados con la necesidad de cambios en la estructura, métodos de dirección y de control, etc.; por otro, problemas de tipo cuantitativo derivados de las demandas de recursos para la inversión y financiación que dicho crecimiento genera (Salas Fumás, 1986).” (Blazquez Santana, Dorta Velazquez, & Verona Martel, 2006).

- Objetivo.

“La estrategia de crecimiento consiste en buscar un ritmo de desarrollo compatible con su capacidad de financiación y control del crecimiento. Este objetivo de crecimiento equilibrado es forzado a la vez por factores humanos (crecimiento controlable) y por factores financieros (crecimiento sostenible)”. (Blazquez Santana, Dorta Velazquez, & Verona Martel, 2006).

- Importancia.

“El crecimiento empresarial es considerado como un proceso dinámico que genera cambios positivos para las empresas, por lo general, estos cambios suelen ser cualitativos, o al menos lo que la mayoría de directivos esperan (crecimiento financiero, productivo, de mercado, entre otros); pero se debe tener en cuenta que para obtener tales cambios, las organizaciones requieren de otros cambios de naturaleza cualitativa y que son de gran influencia para el desarrollo o surgimiento de los resultados tan anhelados por los directivos. Entre tales cambios cualitativos, el de mayor significado y resultado es el relacionado con las personas (sobre todo en lo relacionado con cambios en la estructura y los mecanismos de dirección y control), pues son ellas quienes en últimas se encargan de generar los cambios; sin desconocer, claro, que también intervienen algunas variables que por más que se quieran controlar no lo permiten y pueden afectar considerablemente los resultados esperados (todo lo relacionado con el medio ambiente general y específico)”. (Aguilera Castro & Puerto Becerra, Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social).

- Ventajas.

“El crecimiento de la empresa se ha estudiado en profundidad en economía de la empresa por varios motivos:

1.- Al igual que ocurre con las personas, el crecimiento es interpretado como un signo de salud, vitalidad y fortaleza. Las empresas cuando crecen dan una sensación de tener posibilidades de desarrollo futuro.

2.- En las economías occidentales caracterizadas por ser muy dinámicas y con un entorno muy competitivo, las empresas tienen que crecer y desarrollarse continuamente, aunque sólo sea para mantener su posición competitiva relativa con otras empresas.

3.- Además el objetivo de crecimiento está muy relacionado con la función de utilidad de los directivos, por lo que estos tratarán de potenciar esta actuación”. (Universidad de Jaen, 2005)

- Desventajas.

“La expansión de la empresa también conlleva importantes peligros. Destacaremos los siguientes:

- La inversión en sectores en los que el éxito competitivo depende de la posesión de recursos, capacidades y conocimientos de los que la empresa no dispone.
- Alcanzar una dimensión empresarial superior a lo que la empresa es capaz de gestionar”. (Martinicorena Beruete, 2008)

“Una desventaja de una estrategia de crecimiento limitado es que los competidores pueden ser capaces de ganar cuota de mercado adoptando su propia estrategia de crecimiento rápido. Generalmente es más fácil expandirse a un mercado joven, con pocos jugadores o ninguno, que robar cuota de mercado a un competidor que ya se ha establecido. Una

empresa dedicada a una estrategia de crecimiento limitado puede perder la oportunidad de sacar provecho de los mercados sin explotar”. (Leigh)

- Marketing/competencia.

En términos de Chuquisengo (2013) “Herramienta estratégica indispensable para enfrentar los nuevos desafíos que impone el medio. Es impulsar a nivel de excelencia las competencias individuales, de acuerdo a las necesidades operativas. Garantiza el desarrollo y administración del potencial de las personas, “de lo que saben hacer” o podrían hacer.”

- Liderazgo en el mercado.

“Liderazgo de costos.

El liderazgo de costos es la estrategia de mantener los costos bajos. Si una estrategia de liderazgo de costos es exitosa, tus precios de venta deben ser más bajos que los de tus competidores. En la industria de los servicios, esto puede lograrse a través de las economías de escala. En la industria de servicios de alimentos, McDonald’s, por ejemplo, compra todos sus productos alimenticios a través de un proveedor central. Esto le da el poder de negociación para exigir precios más bajos que un restaurante independiente. Como resultado de ello, McDonald’s a menudo puede vender su comida por menos de lo que un restaurante local tendría que pagar para hacerlo. Puedes alcanzar el liderazgo de mercado como una empresa de servicios a través del liderazgo de costos, haciendo que sea difícil para las empresas competir con tus precios.

Diferenciación.

La diferenciación es una excelente estrategia para una empresa de servicios que está buscando alcanzar el liderazgo de mercado, pero que

no es capaz de competir con otras empresas sobre la base de los precios. La diferenciación consiste en conocer muy bien a tus clientes y ser capaz de ofrecerles servicios especiales que no pueden obtener de un proveedor de bajo costo. Un buen ejemplo de una empresa de servicios que utiliza esta estrategia es la firma de contabilidad Ernst & Young. Esta firma tiene el objetivo de ser de una asesora de confianza para sus clientes, lo que significa que conocen a sus clientes mejor que nadie y pueden proporcionarles el mejor servicio. Esta estrategia es una manera eficaz para convertirse en un líder de mercado en las industrias de servicios en las que el costo no es el principal factor motivador de los clientes.

Enfoque.

“Lo que Michael Porter llama enfoque, también se conoce como nicho de mercado. Es una buena estrategia para una empresa de servicios que quiere ser líder de mercado, pero es demasiado pequeña para competir con los grandes competidores en el mercado. La estrategia consiste en enfocarse en un nicho de mercado más pequeño que no está lo suficientemente atendido. Un ejemplo de esto podría ser una pequeña firma de abogados que se especializa en el área de las leyes internacionales de trabajo marítimo. Se trata de un nicho de mercado muy específico, por lo que no habrá muchas otras firmas atendiendo este mercado. Esto le permitirá competir y convertirse en un líder de mercado en este ámbito”. (Wendel)

En palabras de Moya (2008). “Es el arte de influir directa o indirectamente en los subordinados; así, tener la destreza de crear las condiciones para permitir que la organización alcance exitosamente la misión encomendada.”

Tomado de Lussier (2002, pág. 6) “Liderazgo proceso en el cual influyen líderes sobre seguidores, y viceversa, para lograr los objetivos de una organización a través del cambio. Analicemos los elementos más importantes de nuestra definición”.

- Marca.

“Por marca comercial se entiende todo signo utilizado para distinguir en el mercado, productos, servicios, establecimientos industriales y comerciales. La principal característica de una marca es que ésta debe tener carácter de distintivo, esto es debe ser capaz de distinguirse de otras que existan en el mercado, a fin de que el consumidor diferencie un producto y/o servicio de otro de la misma especie o idénticos que existan en el mercado.

Por su parte, al empresario la marca comercial le permite desarrollar su estrategia de competitividad y forjar su prestigio e identidad empresarial.

Las marcas comerciales pueden consistir en:

- Una Palabra o palabras o con o sin significado idiomático, combinación de letras, y/o número: Marcas Denominativas.
- Etiquetas con figuras, imágenes, símbolos, dibujos, Marcas figurativas.
- En etiquetas con palabra o palabras o con o sin significado idiomático, combinación de letras, y/o número, en combinación con figuras, imágenes, símbolos, dibujos: Marcas Mixtas.
- Estas son las marcas más comunes, pero también puede ser cualquier signo distintivo, capaz de representación, por ejemplo, un sonido, Marcas Sonoras”. (Inapi)

- Motivación a empleados.

“La motivación consiste fundamentalmente en mantener culturas y valores corporativos que conduzcan a un alto desempeño, es por esto que es necesario pensar en qué puede hacer uno por estimular a los individuos y a los grupos a dar lo mejor de ellos mismos, en tal forma que favorezca tanto los intereses de la organización como los suyos propios”.

Métodos de Motivación.

Algunos de los métodos de motivación con los que se pueden contar con:

- Utilizar el dinero como una retribución y un incentivo

El dinero, en la forma de pago o de alguna otra clase de remuneración, es la retribución extrínseca más obvia. El dinero constituye la "zanahoria" que la gran mayoría de la gente quiere.

Para usar el dinero efectivamente como un motivador se requiere:

Tener niveles salariales competitivos para atraer y retener a la gente.

Tener en cuenta que el nivel salarial debe reflejar el valor que el trabajador tiene para la compañía, trabajo que debe ser pagado justa y equitativamente.

Relacionar el pago con el desempeño o los resultados siempre que sea posible, ofreciendo así un incentivo directo.

- Hacer explícitos los requerimientos.

La motivación no es sólo cuestión de ofrecer retribuciones e incentivos. La gente tiene que saber lo que se espera que haga y qué le pasará si no lo hace. Necesita tener claro su papel, los objetivos que tiene que alcanzar y los estándares de desempeño y de conducta requeridas.

- Desarrollar el sentido de compromiso.

Se debe hacer todo cuanto se pueda por incrementar el compromiso y la identificación de la gente con su organización. Su propósito debe ser integrar hasta donde sean posible las necesidades de la organización con las del individuo, de tal modo que éste sienta que si la organización prospera con su ayuda, él también prosperará.

- Motivar a través del trabajo mismo.

Dada una estructura salarial equitativa y competitiva que, en la medida de lo posible, ofrezca incentivos financieros efectivos, se puede elevar el nivel de identificación y asegurar una motivación duradera desarrollando un sistema de remuneración intrínseca. Las retribuciones intrínsecas se dan en el contenido del trabajo y proporcionan satisfacción al permitirle a la gente experimentar la sensación de realización, expresar y usar sus capacidades y ejercer su propio poder de toma de decisiones.

- Retribuir y reconocer el logro.

Un sistema salarial puede estar montado de tal manera que remunere adecuadamente el logro; sin embargo, también hay que retribuir a la gente dándole mayor responsabilidad

(retribuciones intrínsecas) y oportunidades de ascenso y mejor status (retribuciones extrínsecas).

El elogio al trabajo bien hecho es un motivador importante pero, siempre que este haya sido ganado, éste pierde valor si se hace liberalmente”. (Reyes Ponce, 1979)

- Aprendizaje y crecimiento/cód. ética; cód. trabajo.

“Esta perspectiva incluye el entrenamiento del empleado y las actitudes culturales corporativas en relación con la superación propia y la corporativa. En una organización basada en el conocimiento de los trabajadores, las personas - la única fuente de conocimiento - son el principal recurso. En el clima actual de rápido cambio tecnológico, se está volviendo necesario desarrollar una forma continua de aprendizaje para los trabajadores. Esto permite guiar la forma de enfocar fondos de entrenamiento, en donde éstos puedan contribuir de una mejor manera. En cualquier caso, el aprendizaje y crecimiento constituyen el fundamento esencial para el éxito de cualquier organización basada en el conocimiento del trabajador.”

Tomado de Lussier (2002, pág. 244) “Aproximaciones al aprendizaje de equipo El aprendizaje puede darse de muchas formas. Conceptualmente, los integrantes del equipo pueden aprender mediante la capacitación e instrucción que reciben de sus jefes antes de afrontar la tarea real, o en sesiones de grupo en las que se analizaron los problemas y se encontraron soluciones. El éxito del aprendizaje en un salón de clases o de los debates en grupo depende de la metodología utilizada por el líder del equipo “

2.5. Hipótesis.

La Responsabilidad Social Empresarial incide significativamente en el Crecimiento Económico en el sector de las curtiembres.

2.6. Señalamiento de las variables.

Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial

Variable Dependiente: Crecimiento Empresarial

Unidad de Observación: Sector de las Curtiembres en Ambato.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Enfoque.

Para la ejecución de esta investigación utilizaré el paradigma Crítico Propositivo, por ende el enfoque a utilizar será el cualitativo por las siguientes razones:

Después de recopilar información acerca del problema de investigación en documentos anteriores sobre la responsabilidad social empresarial en el crecimiento empresarial; y además que se contará con la colaboración de las personas involucradas, lo cual nos permitirá tener una visión clara y precisa de la situación actual, nos fundamentaremos en las técnicas cualitativas pues se acopiará información sobre el problema a expertos en el campo específico y confiar en su experiencia en relación a los estados financieros; pone énfasis en el proceso debido a que en el proyecto se utilizará varios procedimientos para evaluar la aplicación de la responsabilidad social en cada entidad.

3.2. Modalidad básica de la investigación.

La investigación a realizarse es combinada, significa que utilizaremos investigación documental o bibliográfica e investigación de campo para procesar la información.

3.2.1. Investigación de campo.

Se aplicará esta modalidad porque permitirá recolectar y registrar ordenadamente la información obtenida referente al problema a través de diferentes técnicas ya que permite tener contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto a investigar.

En palabras de Naranjo López (2004) “La investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos”.

Esta investigación se encuentra dentro de la investigación de campo, debido a la relación que presenta de forma directa con la realidad de la empresa y sus acontecimientos o sucesos, se trabajara directamente con el personal administrativo y con los señores operarios, los mismos que están en la capacidad de proporcionar la información requerida por el hecho de estar relacionadas directamente con la empresa., el investigador se involucrara de manera directa con los objetivos planteados en el proyecto para proponer soluciones a la problemática existente y contribuir con el desarrollo de la entidad.

En términos de: Herrera (2004) “La **Investigación de Campo** “es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen, en esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto“.

3.2.1. Bibliográfica y/o documental.

Utilizando información de Herrera (2003) en su libro “Tutoría de la Investigación” indica que: “la investigación documental-bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión autorizada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias).”

Esta investigación está respaldada en diferentes documentos bibliográficos y/o documental, se tomó en cuenta criterios y obras de diferentes autores, que permitieron añadir al proyecto de investigación información sustentada en citas bibliográficas los mismos que son: libros, normativas, leyes, investigaciones realizadas en años anteriores y

páginas web de manera que han ayudado a fortalecer el marco teórico y el desarrollo de la operacionalización de variables.

Pudiendo así realizar varias comparaciones y elecciones de temas que se asemejan a la investigación debido a la realidad que presenta la información involucrada con la problemática existente, y por la facilidad de tomar criterios de diversos autores para tener un acercamiento directo con el tema de estudio, y de igual manera contribuya al desarrollo de los objetivos propuestos en el mismo.

3.3. Nivel o tipo de investigación.

En el presente trabajo se utilizara la investigación Exploratorio y descriptiva que se detallan a continuación:

3.3.1 Investigación Exploratorio.

Según Naranjo López (2004) “La investigación exploratoria “Es una metodología más Flexible de mayor amplitud dispersión y estudio poco estructurado. Con la finalidad sondear un problema poco investigado o desconocido en un contexto particular”.

Esta investigación está enmarcada en una investigación de tipo exploratorio debido al sondeo que se realizó para el presente estudio, es así que se utiliza una metodología más amplia, y genera una hipótesis que será comprobada por medio de un análisis estadístico.

3.3.2 Investigación descriptiva.

Naranjo López (2004) “Permite predicciones rudimentarias de medición precisa que requiere de conocimientos suficiente para muchas investigaciones de este nivel tienen interés de acción social. Con la finalidad clasificar elementos y estructuras, modelos de comportamiento, según ciertos criterios”.

Además se utilizara la investigación descriptiva en el presente estudio para determinar los procesos ejecutados para el control interno de las actividades de la empresa, de manera que se puedan detallar todos y cada uno de los elementos utilizados para evaluar el mismo, es decir que se pueda obtener un conocimiento global y personal, para de esta manera poder establecer la calidad y la satisfacción de las labores de los empleados de la entidad.

3.4. Población y muestra.

3.4.1 Población.

Tomando información de Herrera (2003) en su libro “Tutoría de la Investigación” indica que “la población es la totalidad de los elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone de tiempo necesario.”

La población o universo que será tomada en cuenta para el presente estudio son las curtiembres encontradas en la Zona de planificación 3 del Ecuador. Fueron tomadas en cuenta estas entidades porque son quienes presentan sus balances a la Superintendencia de Compañías.

No	Compañía	Provincia	Cantón	Ciudad
1	SERVICUEROS S.A.	TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO
2	TENERIA DIAZ CIA. LTDA.	TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO
3	PIGALTE CURTIDURIA PIZARRO SA	TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO
4	CURTIDURIA TUNGURAHUA S.A.	TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO
5	QUIMILLER ECUATORIANA ECUAQUIMILLER CIA. LTDA.	TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO
6	CABARO C. LTDA.	TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO
7	ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR SA	TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO
8	PROMEPELL S.A.	TUNGURAHUA	AMBATO	IZAMBA
9	TENERIA SAN JOSE C LTDA	TUNGURAHUA	AMBATO	IZAMBA
10	PROINPIEL S. A.	COTOPAXI	LATACUNGA	LATACUNGA

Tabla 0-1 Curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador

Fuente: Galarza, K. (2014). Adaptado de la Superintendencia de Compañías

3.4.2 Muestra.

Dado que nuestra población es pequeña, se trabajará con toda la plaza sin sacar muestra alguna.

3.5. Operacionalización de variables.

Es la recopilación de información de la variable dependiente e independiente del tema de investigación. La operacionalización de las variables se parece a un mapa conceptual elaborado horizontalmente en donde la conceptualización de la variable se deriva del marco teórico la cual se escribe en la primera columna de la matriz, las categorías se escriben en la segunda columna responde a la pregunta ¿Cuáles son los elementos esenciales de la variable conceptualizada? Para cada categoría se determinan sus indicadores esta va en la tercera columna son los elementos directamente observables y medibles que reflejan la presencia y acción de la categoría en un contexto delimitado, para cada indicador se formulan ítems básicos, que servirán de referentes para diseñar los instrumentos de recolección de información estos se escriben en la cuarta columna. En la última columna se recomienda fijar las técnicas e instrumentos de recolección responde a la pregunta ¿Qué instrumentos se aplicaran y a quienes?

3.5.1. Operacionalización de la variable independiente: Responsabilidad Social Empresarial.

DEFINICIÓN	CATEGORÍA	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	CARACTERÍSTICAS DE LA VARIABLE	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es el compromiso consciente y congruente de cumplir totalmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes (López, Cabarcos y Vazquez, 2012)	Económico	Valor económico - financiero sobre costos e ingresos	Valor de la reducción de costos, nivel de ventas	1.- ¿Cómo calificaría la utilidad anual de su empresa? 1) Muy Baja 2) Baja 3) Ni baja ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable	Escala: Ordinal Tipo: Politómica	T: Encuesta I: Cuestionario
				2.- En su empresa la inversión durante el último año ha sido 1) Muy Baja 2) Baja 3) Ni baja ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable	Escala: Ordinal Tipo: Politómica	T: Encuesta I: Cuestionario
				3.- ¿Cómo calificaría la rentabilidad futura de su empresa? 1) Muy Baja 2) Baja 3) Ni baja ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable	Escala: Ordinal Tipo: Politómica	T: Encuesta I: Cuestionario

				<p>4.- Con respecto a las leyes y normativas emitidas por el gobierno y demás entes públicos, considera que están han sido:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Completamente desfavorables 2. Desfavorables 3. Ni favorables ni desfavorables 4. Muy favorables 5. Completamente favorables 	<p>Escala: Ordinal Tipo: Dicotómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>
	Legal	Regulaciones a respetarse por la empresa y sus partes	Cumplimiento de la constitución, leyes y normativas externas; así como normativas internas	<p>5.- ¿Cómo calificaría las actuales condiciones y obligaciones que su empresa tiene con sus proveedores, clientes, distribuidores y demás agentes?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Completamente desfavorables 2. Desfavorables 3. Ni favorables ni desfavorables 4. Muy favorables 5. Completamente favorables 	<p>Escala: Ordinal Tipo: Dicotómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>
					<p>Escala: Ordinal Tipo: Dicotómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>

				6.- Cómo calificaría Ud. a su empresa con relación al aseguramiento de buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, : 1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable		
	Ética	Valores y comportamientos que son juzgadas como correctas e incorrectas por la sociedad	Divulgación y aplicación de principios éticos y morales	7.- ¿En qué medida considera que las relaciones de su empresa con sus clientes es honesta, ética y responsable? 1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable	Escala: Ordinal Tipo: Politómica	T: Encuesta I: Cuestionario
				8.- ¿En qué grado los principios y valores de su empresa prevalecen al tomar decisiones o realizar negociaciones? 1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable		

				<p>9.- ¿En qué grado su empresa identifica y analiza las expectativas y demandas de sus clientes, proveedores, socios y trabajadores?</p> <p>1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable</p>	<p>Escala: Ordinal Tipo: Politómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>
	Ambiental	Procesos enfocados a la acción preventiva del medio ambiente	Actividades e inversión para proteger el medio ambiente	<p>10.- ¿Cómo calificaría el grado de participación de su empresa en actividades que respeten y protejan el entorno natural?</p> <p>1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable</p>	<p>Escala: Ordinal Tipo: Politómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>
				<p>11.- ¿En qué grado calificaría Ud. a su empresa la participación en su comunidad sobre concientización de los efectos ambientales?</p> <p>1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable</p>	<p>Escala: Ordinal Tipo: Politómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>

				<p>12.- ¿En qué rango su empresa enfoca su acción preventiva para las actividades que ocasionan daño potencial a la salud y seguridad?</p> <p>1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable</p>	<p>Escala: Ordinal Tipo: Politómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>
				<p>13.- ¿Cómo evalúa el impacto ambiental de sus productos o servicios?</p> <p>1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable</p>	<p>Escala: Ordinal Tipo: Politómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>
	Filantropía	<p>Acciones voluntarias que se orientan a generar bienestar social en su comunidad y empresa</p>	<p>Recursos materiales y económicos destinados a la ayuda social</p>	<p>14.- ¿Cómo calificaría el grado de participación de su empresa en la patrocinación o financiamiento de eventos sociales?</p> <p>1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable</p>	<p>Escala: Ordinal Tipo: Politómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>

				<p>15.- ¿En qué grado su empresa destina una parte de su presupuesto a donaciones y trabajos sociales en favor de los desfavorecidos?</p> <p>1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable</p>	<p>Escala: Ordinal Tipo: Politómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>
				<p>16.- ¿En qué grado su empresa realiza actividades de divulgación de acciones de responsabilidad social, o publicación de un Balance Social?</p> <p>1) Muy Bajo 2) Bajo 3) Ni bajo ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable</p>	<p>Escala: Ordinal Tipo: Politómica</p>	<p>T: Encuesta I: Cuestionario</p>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Departamento de Investigación FCA (2014)

3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente: Crecimiento Empresarial

DEFINICIÓN	CATEGORÍA	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	CARACTERÍSTICAS DE LA VARIABLE	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Según Canals (2000), se entiende por "crecimiento" la expansión que realiza la empresa hacia nuevos mercados, tanto geográficos como de clientela. Las compañías en crecimiento se expanden en nuevos mercados y segmentos de mercado, nuevas regiones, incluso nuevos países.	Activos	Es un recurso controlado por la EMPRESA, como resultado de sucesos pasados, del que la misma espera obtener en el futuro, beneficios económicos.	Activo Total Absoluto	$(T_t - T_o) / (t - o)$	Escala: Numérica Tipo: Continuo	T: Encuesta I: Cuestionario
				Tt = Total activo 2006		
				To = Total activo 2012		
				t = Período 2006		
	Número de Empleados	Recurso Humano	Nº de empleados absoluto	$(T_t - T_o) / (t - o)$	Escala: Numérica Tipo: Continuo	T: Encuesta I: Cuestionario
				Tt = Número de empleados 2006		
				To = Número de empleados 2012		

				t = Período 2006		
				o = Período 2012		
	Ventas	Proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)"	Ventas absoluto	$(T_t - T_o) / (t - o)$	Escala: Numérica Tipo: Continuo	T: Encuesta I: Cuestionario
				Tt = Ventas del 2006		
				To = Ventas del 2012		
				t = Período 2006		
				o = Período 2012		
	Fondos propios	Es la suma del capital social, las reservas y resultados del ejercicio.	Fondos propios absoluto total	Tt-To	Escala: Numérica Tipo: Continuo	T: Encuesta I: Cuestionario
				Tt = Fondos propios 2006		
				To = Fondos propios 2012		

	Beneficios	Ganancia que se obtiene de un proceso o actividad económica.	Beneficios absoluto total	$T_t - T_o$ $T_t =$ Beneficios 2006 $T_o =$ Beneficios 2012	Escala: Numérica Tipo: Continuo	T: Encuesta I: Cuestionario
--	------------	--	---------------------------	---	------------------------------------	--------------------------------

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Departamento de Investigación FCA (2014)

3.6. Recolección de la información.

3.6.1. Plan de recolección de la información.

Se realizara una revisión crítica de la información recogida, es decir se desechara todo tipo de información contradictorio, incompatible o con algún tipo de errores, que altere la información real. Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.

La tabulación según variables de cada hipótesis, se realizará mediante manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

Representación gráfica, los datos ya tabulados se representara mediante gráficos estadísticos, en el cual sea de fácil comprensión los resultados obtenidos, este procedimiento se lo realizara mediante el programa Excel.

3.7. Procesamiento y análisis.

3.7.1. Plan de procesamiento de información.

La comprobación de hipótesis se realizará por la Prueba Chi Cuadrado, donde se definirá si es necesario desarrollar la propuesta para dar solución a la problemática existente.

El establecimiento de conclusiones y recomendaciones se realizará en base a toda la investigación, es decir una vez determinado el problema e identificado las variables de estudio, planteados los objetivos de la investigación , desarrollado el marco teórico, realizado el trabajo de campo, y la verificación de hipótesis.

3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados.

Análisis de los resultados estadísticos, mediante herramientas y gráficos estadísticos que permitan una interpretación clara y concisa, con el objeto

de verificar si los objetivos del trabajo de investigación se están cumpliendo.

El análisis que se realizó está de acuerdo a la tabulación de datos proporcionados por la encuesta que se hizo, tomando en cuenta que la evaluación de la responsabilidad social empresarial es indispensable para analizar el crecimiento empresarial en la entidad, y poder medir el cumplimiento que se dio a la variable independiente y de esta manera dar cumplimiento a la variable dependiente.

La interpretación de resultados se realizó tomando en cuenta el marco teórico, respaldándose en el mismo y de acuerdo a las respuestas de los encuestados sugiriendo así un mejor manejo organizacional.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los Resultados.

La investigación de campo realizada en la Zona de Planificación 3 del Ecuador del sector curtiembres se enfoca a la obtención de información acerca de la Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial, la preparación de información se ha desarrollado a través de encuestas dirigidas al personal de la empresa administrativo y de producción, la misma que se encuentra conformada por los Socios Mayoritarios, Presidente, Gerente General, Contadora y demás Jefes de Departamentos de la compañía, el personal colaboró favorablemente al desarrollo de las encuestas planteadas para la recolección de la información.

Para tabular los datos que arrojan las encuestas practicadas al personal de estas empresas se utilizó el programa PASW Statistics 18, para la representación gráfica se empleó el paquete informático Excel con el cual se obtuvo los resultados en porcentajes y se analizaron e interpretaron en orden por cada pregunta planteada en el cuestionario.

Los resultados correspondientes a cada pregunta se presenta mediante una tabla de datos, en el cual se detalla el número de respuestas a cada interrogante, y en las preguntas de selección múltiple se detalla la opción por número de respuestas, seguido se presenta las respuestas gráficamente para facilitar su comentario; el análisis e interpretación de resultados se efectúa luego que se ha realizado la tabulación de datos de las encuestas y se muestran textualmente después del gráfico.

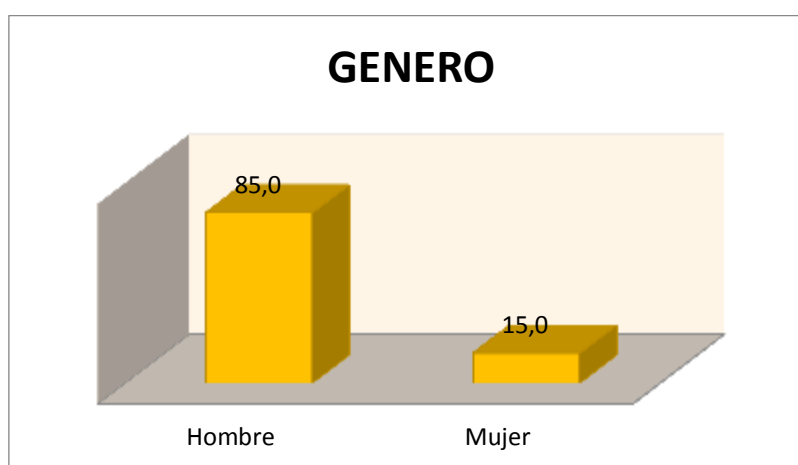
4.2 Interpretación de Datos.

Tabla 0-2 Género

Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hombre	17	85,0	85,0	85,0
Mujer	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 5 Género



*Fuente: Tabla 0-2 Genero
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: De las encuestas aplicadas a 20 personas de las diversas curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador el 85% de la población encuestada son hombres, mientras que el 15% son mujeres.

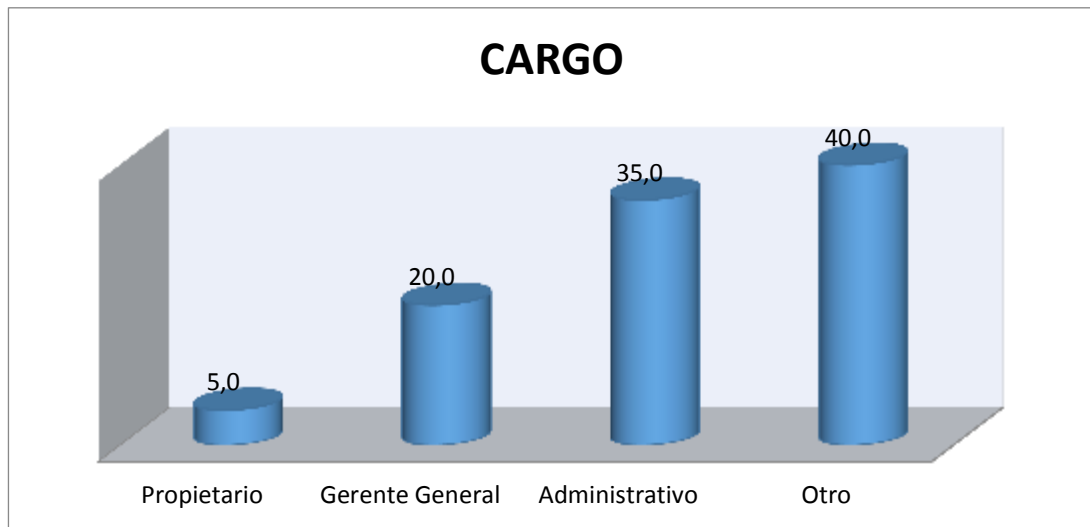
Interpretación: Las personas encuestadas están relacionadas tanto en la parte operativa, administrativa y de producción de las empresas, todo el personal es muy importante el tema de RSE ya que va de la mano con el crecimiento empresarial de la empresa. Estas industrias manufactureras de tratamiento de pieles requieren la mayor parte de mano de obra masculina mientras que en la parte administrativa se equilibra con personal femenino.

Tabla 0-3 Cargo del Encuestado

Cargo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Propietario	1	5,0	5,0	5,0
Gerente General	4	20,0	20,0	25,0
Administrativo	7	35,0	35,0	60,0
Otro	8	40,0	40,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 6 Cargo



Fuente: Tabla 0-3 Cargo del Encuestado
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de las personas encuestadas 5% fueron propietarios, el 20% contestaron los gerentes de las empresas, en cuanto al personal administrativo corresponde el 7%, de la misma manera que otros cargos que tiene el 8%.

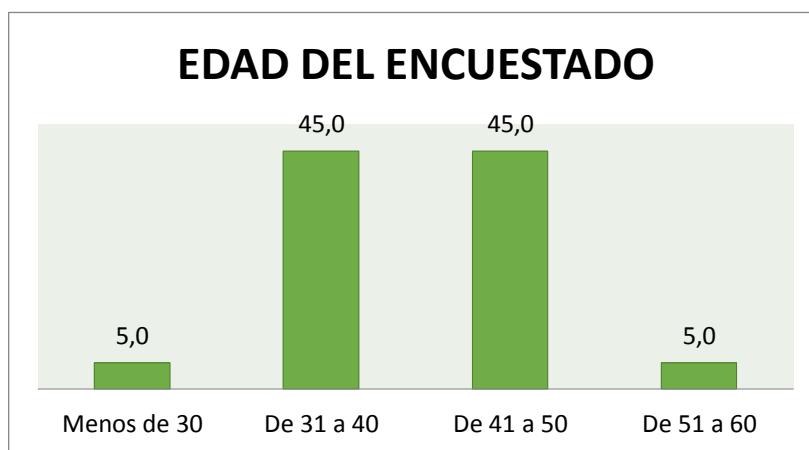
Interpretación: La Zona de planificación 3 del Ecuador cuentan con empresas manufactureras que han sabido salir adelante y crecer con las actividades que realiza, las mismas que se han fijado objetivo, metas, que hasta la actualidad se cumplen.

Tabla 0-4 Edad del Encuestado

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 30	1	5,0	5,0	5,0
De 31 a 40	9	45,0	45,0	50,0
De 41 a 50	9	45,0	45,0	95,0
De 51 a 60	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 7 Edad Encuestado



Fuente: Tabla 0-4 Edad Encuestado
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las encuestas realizadas el 5% son menores de 30 años, el 45% están en el rango de 31 a 40 años, el 45% se encuentran en el rango de 41 a 50 años y el 5% están entre 51 a 60 años de edad.

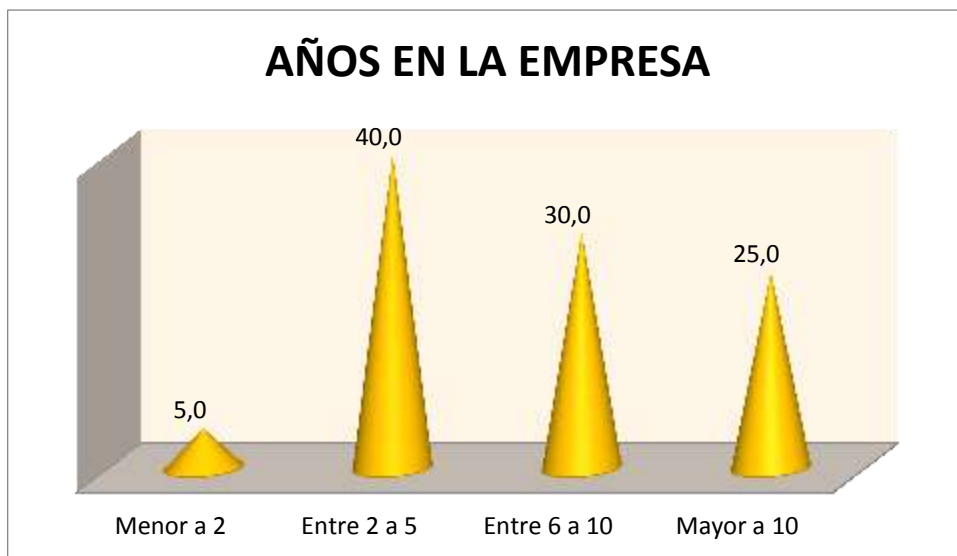
Interpretación: El personal con el que cuenta cada empresa del sector curtiembres se encuentra comprometido con las funciones que cumple en ella; es por ello que podemos notar que las empresas cuentan con personal joven para de esta manera puedan aportar mas en las mismas, mientras que en los cargos más altos se requiere personal con mucha más experiencia.

Tabla 0-5 Años en la empresa

Años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor a 2	1	5,0	5,0	5,0
Entre 2 a 5	8	40,0	40,0	45,0
Entre 6 a 10	6	30,0	30,0	75,0
Mayor a 10	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 8 Años en la Empresa



Fuente: Tabla 0-5 Años en la empresa
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas el 5% son empleados que tiene menos de dos años en la empresa, el 40% tiene de dos a cinco años, el 30% se encuentra de 6 a 10 años y finalmente el 25% se encuentra laborando más de 10 años en las curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador..

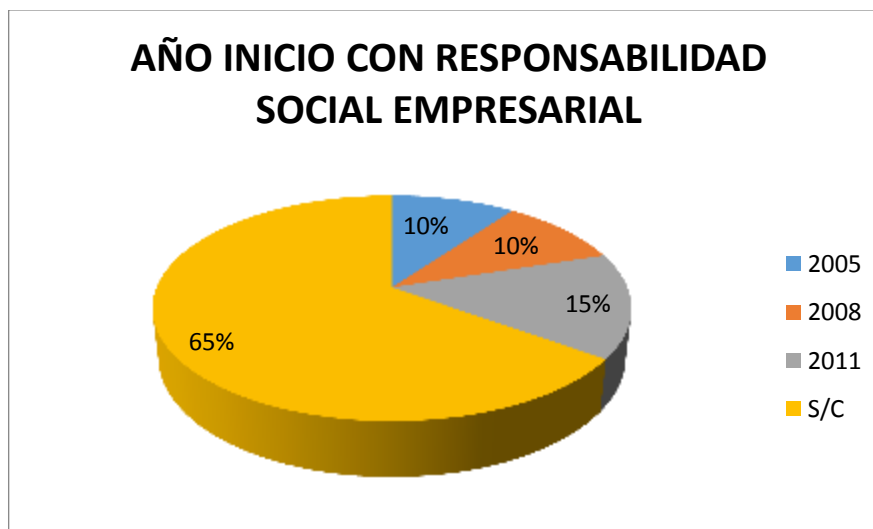
Interpretación: El sector curtiembre ofrece estabilidad laboral lleno de beneficios de ley, además de una buena experiencia profesional y un excelente ambiente de trabajo. Es por esto que cuenta con un numeroso personal en su mayoría, lo mismo que podemos decir que al término de cada ciclo existe una variación mínima en el cambio de personal.

Tabla 0-6 Año de Inicio con Responsabilidad Social Empresarial

Inicio RSE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2005	2	10,0	28,6	28,6
2008	2	10,0	28,6	57,1
2011	3	15,0	42,9	100,0
Total	7	35,0	100,0	
Sistema	13	65,0		
Total	20	100,0		

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 9 Año inicio RSE



Fuente: Tabla 0-6 Año inicio RSE
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas el 10% las empresas inician actividades de RSE en el año 2005, el 10% en el año 2008, el 15% inicia en el 2011, y el 65% de las empresas no implementan un plan de Responsabilidad Social Empresarial.

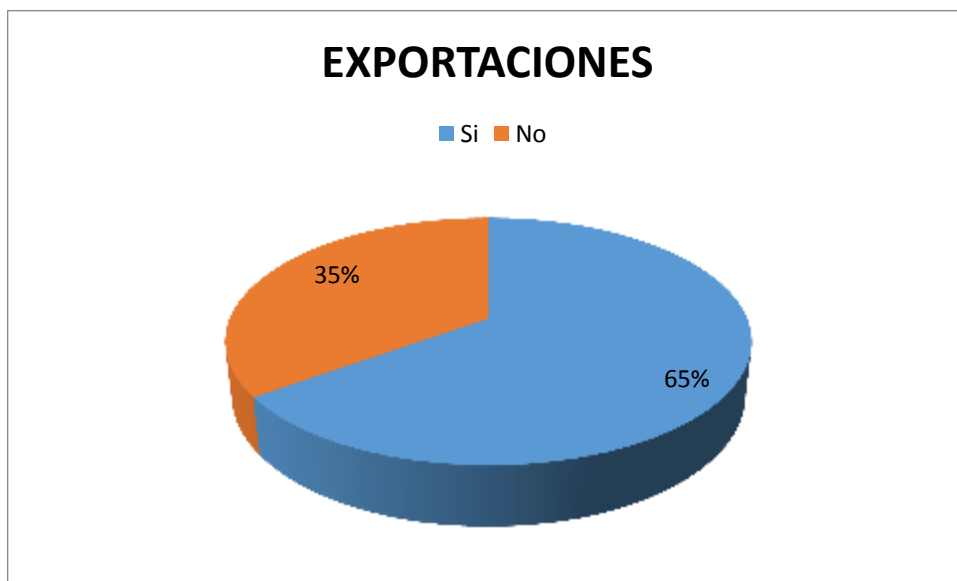
Interpretación: El sector curtiembre ofrece estabilidad laboral lleno de beneficios de ley, además de una buena experiencia profesional y un excelente ambiente de trabajo. Es por esto que cuenta con un numeroso personal en su mayoría, lo mismo que podemos decir que al término de cada ciclo existe una variación mínima en el cambio de personal.

**Tabla 0-7 Exportaciones
Su empresa exporta**

Exporta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	13	65,0	65,0	65,0
No	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 10 Exportaciones



Fuente: Tabla 0-7 Exportaciones.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las encuestas realizadas el 65% las empresas realizan exportaciones del producto que ofrecen mientras que el 35% se han enfocado a la comercialización y distribución nacional de sus productos.

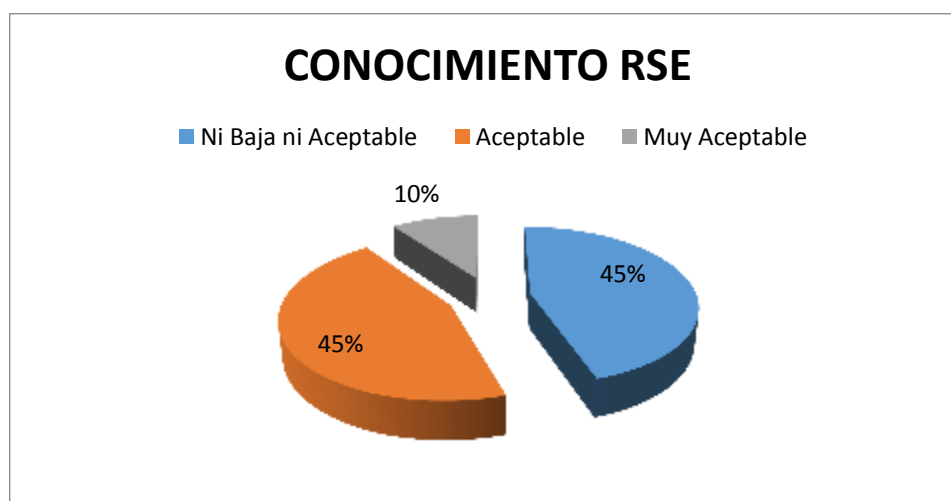
Interpretación: El sector curtiembre ha ido ganando mercado no solo nacional sino también internacional, por la calidad de los productos que ofrecen, esto ha generado que las empresas sean reconocidas, por otro lado también hay empresas del sector curtiembres que se han enfocado sólo en la expansión nacional lo mismo que también ha generado significativos ingresos.

Tabla 0-8 Conocimiento RSE
¿Cuál es el grado de conocimiento de sus colaboradores en temas de Responsabilidad Social Empresarial?

Conocimiento RSE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	9	45,0	45,0	45,0
Aceptable	9	45,0	45,0	90,0
Muy Aceptable	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 11 Conocimiento RSE



Fuente: Tabla 0-8 Conocimiento RSE.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas el 45% las empresas tienen un nivel medio en conocimiento de actividades de RSE, el otro 45% se encuentra en un nivel aceptable, es decir que tienen un poco más claro el tema, por otro lado tenemos un 10% de empresas que están en un nivel muy aceptable lo que nos indica que estas están implantando estos conceptos en las mismas.

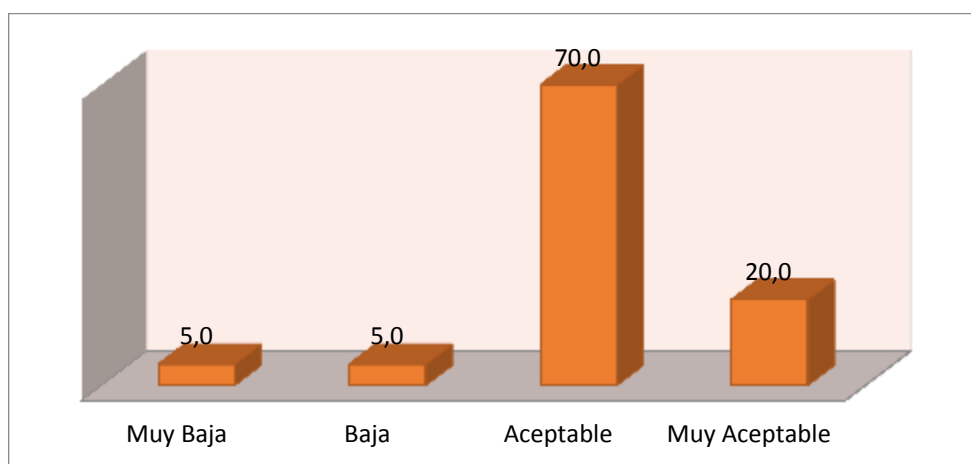
Interpretación: El sector curtiembre debería tomar en cuenta que por la actividad económica a la cual se dedican, deberían aplicar otras prácticas que no solo les diga la ley sino más bien deben buscar mejoras que sean iniciativas propias de cada una de ellas.

Tabla 0-9 Valores
¿En la empresa se han definido claramente cuáles son los valores que guían su accionar?

Valores guían el accionar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Baja	1	5,0	5,0	5,0
Baja	1	5,0	5,0	10,0
Aceptable	14	70,0	70,0	80,0
Muy Aceptable	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 12 Valores



Fuente: Tabla 0-9 Valores.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De la encuesta realizada el 5% de la población en el sector curtiembre considera que la importancia a los principios y valores es muy baja, el 5% considera que es baja, el 70% considera que es aceptable y el 20% considera que es muy aceptable.

Interpretación: El sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador disponen de un reglamento interno y de un Código de ética en donde están descritos los valores corporativos, principios, normas y reglas que se deben cumplir en cada negociación, proveedor y cliente.

Tabla 0-10 Competencia y Negociación Justa
¿Cómo calificaría las prácticas de competencia y negociación justa
entre su empresa y las de su sector?

Prácticas de competencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	6	30,0	30,0	30,0
Aceptable	13	65,0	65,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 13 Competencia y Negociación Justa



Fuente: Tabla 0-10 Competencia y negociación justa.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las encuestas realizadas el 30% de la población en el sector curtiembre considera las prácticas de competencia y negociación justa no son ni bajas ni altas, el 65% considera que es Aceptable, y el 5% restante considera que es muy aceptable.

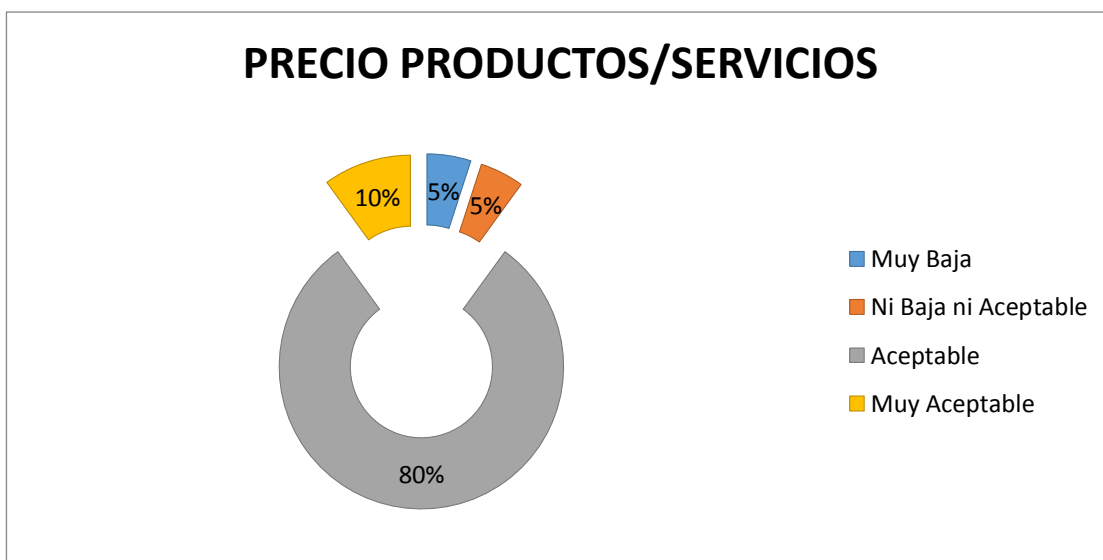
Interpretación: El sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador mantienen prácticas de competencia y negociación justa en un nivel aceptable ya que en su gran mayoría lo que les distingue es la calidad de sus productos y es ello lo que les hace únicos y se han superado. Tomando en cuenta que cumplen con las políticas establecidas para competir y negociar.

Tabla 0-11 Precio Productos y Servicios
¿Cómo calificaría el precio de sus productos/servicios con relación a la calidad ofrecida a sus clientes?

Precio productos/servicios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Baja	1	5,0	5,0	5,0
Ni Baja ni Aceptable	1	5,0	5,0	10,0
Aceptable	16	80,0	80,0	90,0
Muy Aceptable	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Galarza K.

Grafico 14 Precio Productos y Servicios



Fuente: Tabla 0-11 Precio Productos y Servicios.
 Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las 20 encuestas realizadas el 5% de las personas dicen que el precio de los productos y servicios con relación a la calidad que ofrecen a sus cliente es muy bajo, el otro 5% dicen que no es ni baja ni alta, un 80% es aceptable, y el otro 10% es muy aceptable

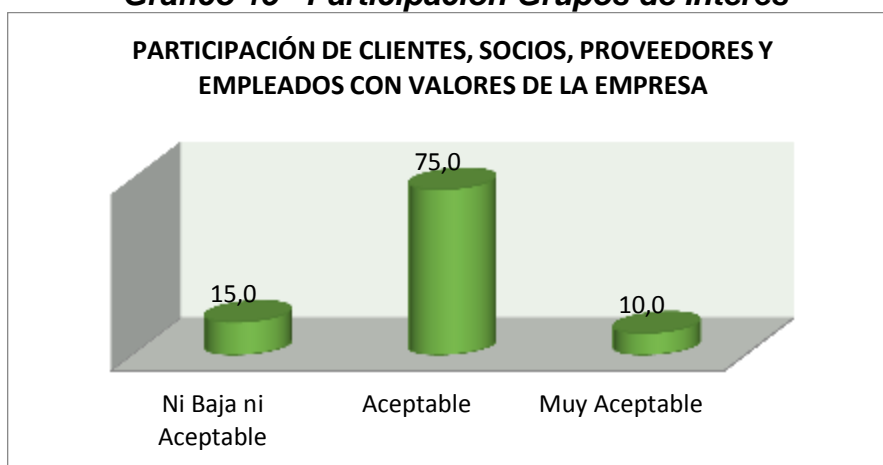
Interpretación: El sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador establecen precios de acuerdo a la calidad de producto que están ofreciendo a los clientes, también se basan en los requerimientos que estos establecen, teniendo así la aceptación en el mercado del 80%.

**Tabla 0-12 Participación Grupos de Interés
¿Cómo calificaría la participación de sus clientes, socios,
proveedores y empleados con los valores de su empresa?**

Participación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	3	15,0	15,0	15,0
Aceptable	15	75,0	75,0	90,0
Muy Aceptable	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 15 Participación Grupos de Interés



*Fuente: Tabla 0-12 Participación grupos de interés.
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: De las encuestas realizadas el 15% de la población en el sector curtiembre considera que la participación de los clientes, socios, proveedores y empleados manifiesta que está en un nivel ni bajo ni aceptable, mientras que el otro 75% manifiesta que es aceptable, y un 10% que es muy aceptable.

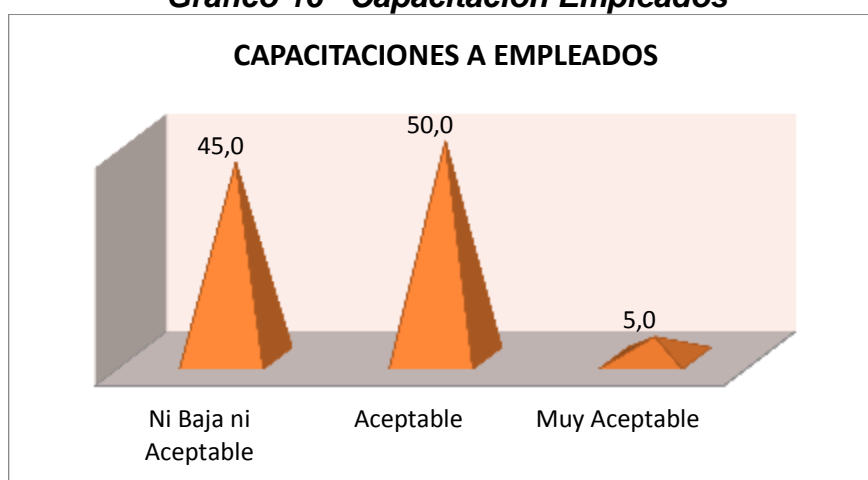
Interpretación: El sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador en su gran mayoría expone que los grupos de interés son participativos en los valores de las empresas lo que nos indica que en este aspecto la colaboración es efectiva y que las empresas no dejan de lado los aportes de sus grupos de interés.

Tabla 0-13 Capacitación Empleados
¿Cómo calificaría la contribución de su empresa al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores?

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	9	45,0	45,0	45,0
Aceptable	10	50,0	50,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Galarza K.

Grafico 16 Capacitación Empleados



Fuente: Tabla 0-13 Capacitación Empleados.
 Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las 20 encuestas realizadas el 45% de personas nos dice que la contribución de su empresa al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores está en un nivel ni bajo ni aceptable, mientras que el otro 50% manifiesta que es aceptable, y un 5% que es muy aceptable.

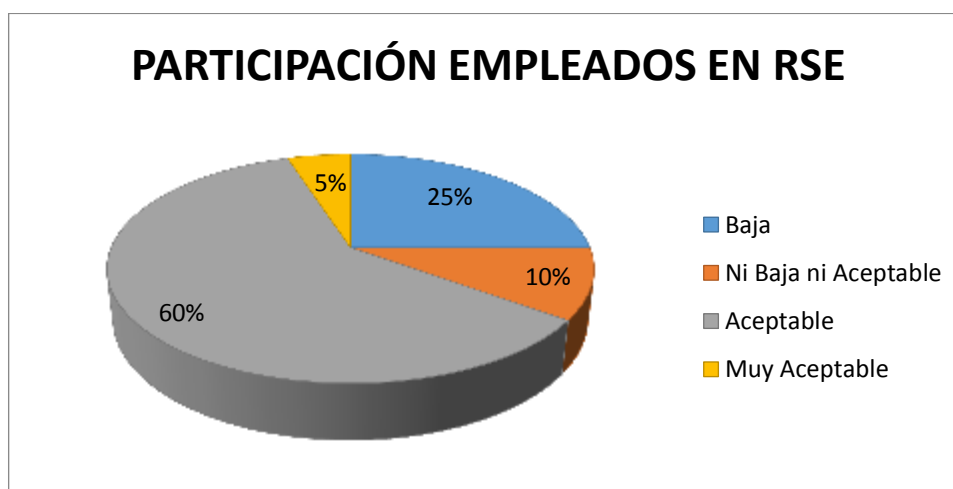
Interpretación: Podemos decir que el sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador no capacita a sus colaboradores con mucha frecuencia, y las charlas que se efectúan solo un 5% se sienten muy satisfechos con las mismas, tomando en cuenta que el otro 45% acuden por obligación laboral, y no la ven muy productiva.

Tabla 0-14 Participación Empleados en RSE
¿Cómo evaluaría la participación de los empleados en la
Responsabilidad Social de su Empresa?

Participación empleados en RSE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	5	25,0	25,0	25,0
Ni Baja ni Aceptable	2	10,0	10,0	35,0
Aceptable	12	60,0	60,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 17 Participación Empleados en RSE



Fuente: Tabla 0-14 Participación empleados en RSE.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las encuestas realizadas el 25% de la población considera que el grado de participación de sus empleados en la RSE es baja, el 10% considera que es ni baja ni aceptable, el 60% considera que es aceptable y el 5% considera que es muy aceptable.

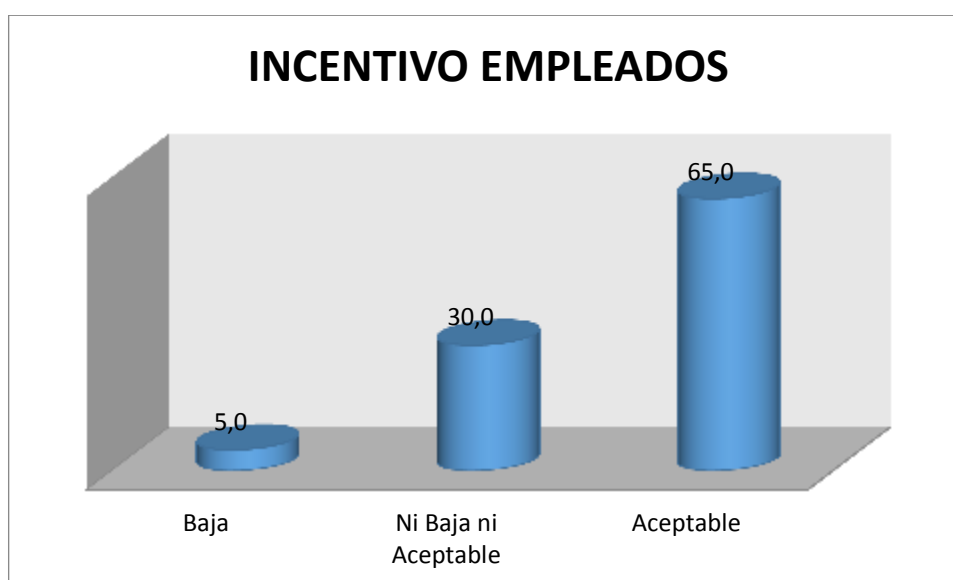
Interpretación: Las actividades que realiza el sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador fomentan el espíritu de lo que es el cumplimiento de un balance social, además que une a los empleados a cuidar el medio ambiente y a velar por el bienestar social.

Tabla 0-15 Incentivo Empleados
¿En qué medida considera que la empresa incentiva a sus empleados por el correcto desempeño laboral?

Incentivos empleados	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	1	5,0	5,0	5,0
Ni Baja ni Aceptable	6	30,0	30,0	35,0
Aceptable	13	65,0	65,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 18 Incentivo Empleados



Fuente: Tabla 0-15 Incentivo empleados.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las encuestas realizadas el 5% de la población considera que los incentivos o motivaciones dados a los empleados por el correcto desempeño laboral es baja, el 30% considera que no es ni baja ni aceptable y el 65% considera que es aceptable.

Interpretación: Las funciones establecidas en cada área deben ser cumplidas al 100% y por la presentación de informes mensuales y a tiempo el personal obtiene un bono de cumplimiento. Además de incentivos que se ofrece en fechas especiales.

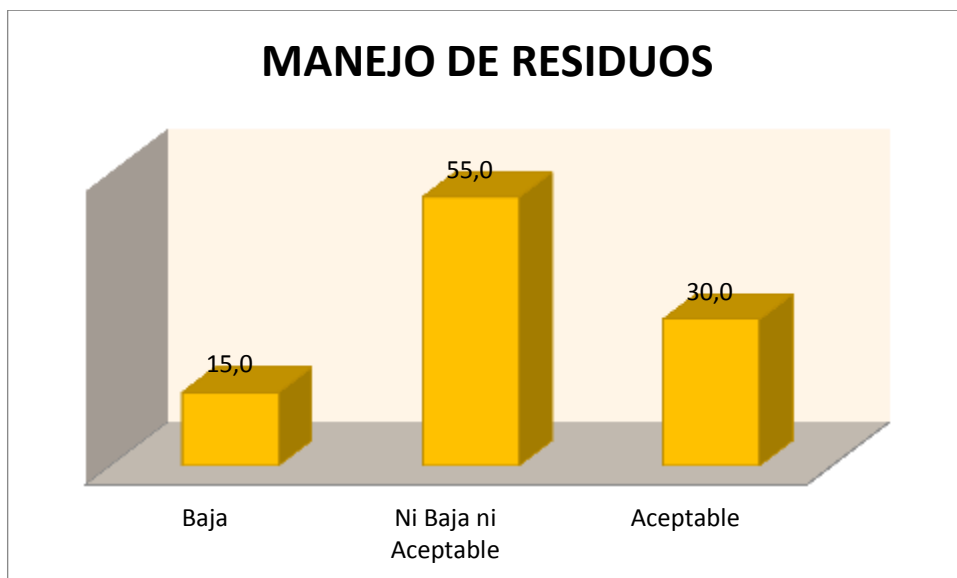
Tabla 0-16 Grafico 19 Manejo de Residuos

¿En qué grado la empresa ha desarrollado prácticas relacionadas con el manejo de residuos o desechos?

Manejo residuos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	3	15,0	15,0	15,0
Ni Baja ni Aceptable	11	55,0	55,0	70,0
Aceptable	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 20 Manejo de Residuos



Fuente: Tabla 0-16 Manejo de Residuos.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las encuestas realizadas el 15% de la población considera que las prácticas relacionadas con el manejo de residuos o desechos es baja, el 55% considera que no es ni baja ni aceptable y el 30% considera que es aceptable.

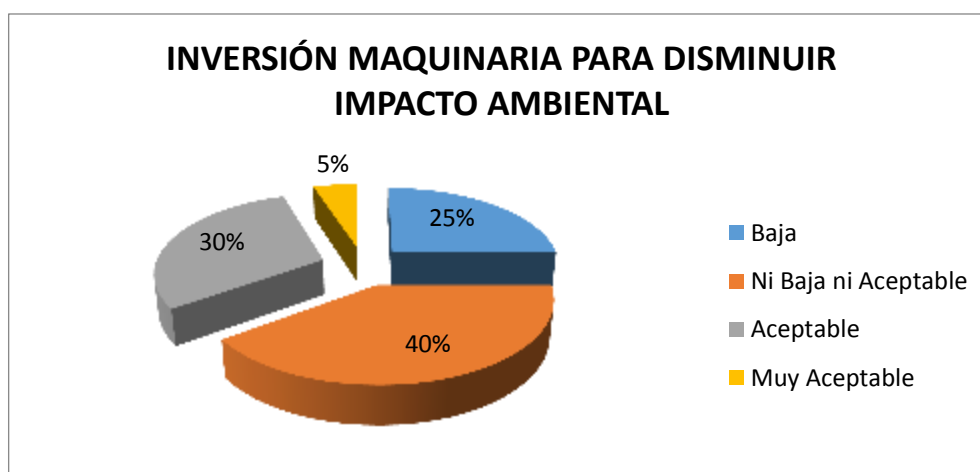
Interpretación: Las prácticas de desarrollo en cuanto al manejo de los residuos y desechos las empresas no elaboran un informe en cuanto pueda influir en el cuidado del medio ambiente, y no todas las están tomando con la mayor seriedad para evitar contaminación en el entorno en el cual opera su empresa.

Tabla 0-17 Inversión Maquinaria
¿En qué medida la empresa ha invertido en equipos, maquinarias y procesos que disminuyan el impacto ambiental?

Inversión maquinaria	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	5	25,0	25,0	25,0
Ni Baja ni Aceptable	8	40,0	40,0	65,0
Aceptable	6	30,0	30,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 21 Inversión Maquinaria



Fuente: Tabla 0-17 Inversión maquinaria.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: De las encuestas realizadas el 25% de la población considera que sus empresas no han realizado inversiones en maquinaria para disminuir el impacto ambiental las mismas que se encuentran en un nivel bajo, el 40% considera que no es ni baja ni aceptable y el 30% considera que es aceptable y solo un 5% considera que es muy aceptable.

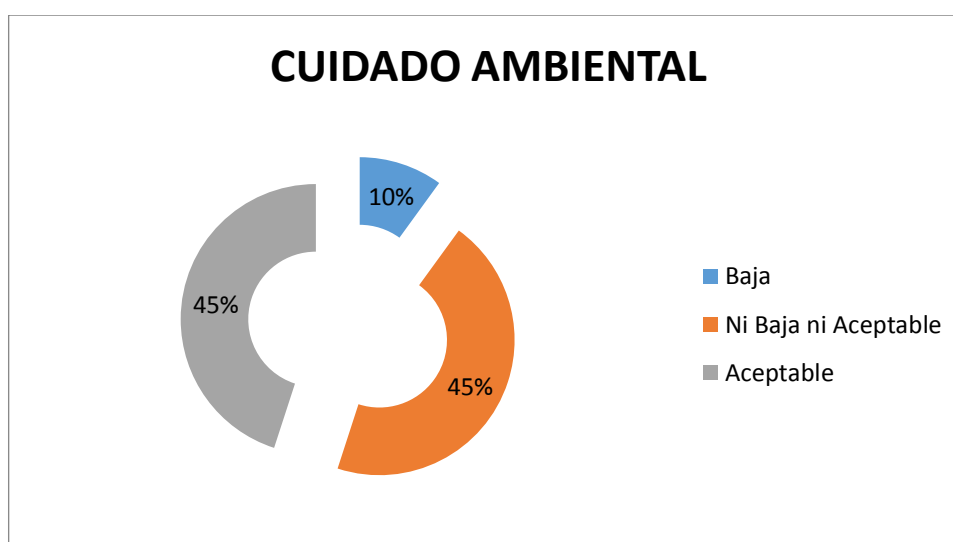
Interpretación: El sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador deberían ser pioneros en cuanto al cuidado del medio ambiente ya que son empresas que por la misma actividad económica a la cual se dedican son las que más contaminan el ambiente, y es necesario innovar maquinaria que ayude a disminuir el impacto ambiental.

Tabla 0-18 Cuidado Ambiental
¿En qué nivel su empresa cumple con el cuidado del medio ambiente?

Cuidado medio ambiente	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	2	10,0	10,0	10,0
Ni Baja ni Aceptable	9	45,0	45,0	55,0
Aceptable	9	45,0	45,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 22 Cuidado Ambiental



*Fuente: Tabla 0-18 Cuidado ambiental.
 Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: De las encuestas realizadas el 10% de la población considera que el cuidado del medio ambiente de sus empresas se encuentran en un nivel bajo, el 45% considera que no es ni baja ni aceptable y el 40% considera que es aceptable.

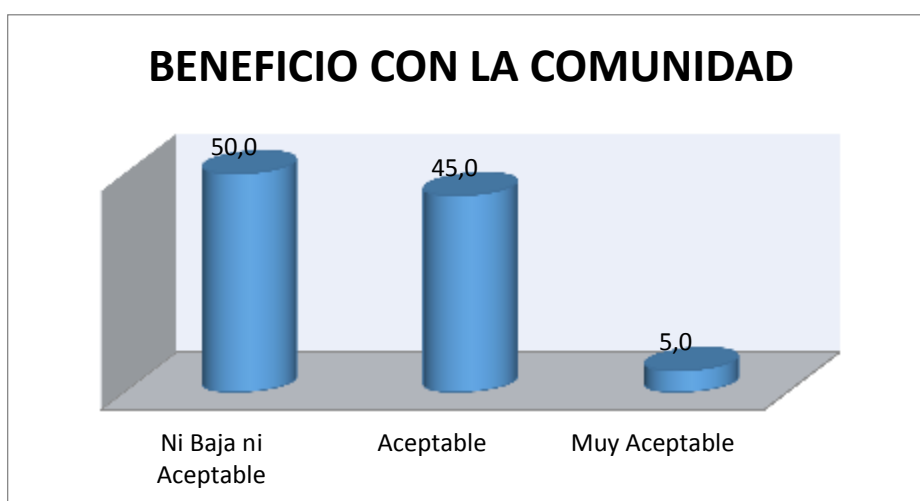
Interpretación: El sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador tiene que buscar mejoras no solo porque exista una ley y hay que cumplirla sino también porque si tienen iniciativas propias de realizar gestiones que mejoren la calidad ambiental, la calidad de vida y el crecimiento empresarial aumentaran significativamente.

Tabla 0-19 Beneficio con la comunidad
¿Cómo evaluaría las actividades de su empresa al beneficio de la comunidad?

Beneficio comunidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	10	50,0	50,0	50,0
Aceptable	9	45,0	45,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 23 Beneficio con la comunidad



Fuente: Tabla 0-19 Beneficio con la comunidad.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas el 5% de las empresas evalúan las actividades de su empresa al beneficio de la comunidad como muy aceptable, el 45% como aceptable y el 50% la evalúan como ni baja ni aceptable.

Interpretación: El sector de la curtiembre es un tipo de industrias muy delicadas en cuanto a su impacto con la comunidad en donde se encuentra ubicada por lo cual las misas deben desarrollar proyectos que tengan como objetivo brindar beneficios para la comunidad.

Tabla 0-20 Dialogo con la comunidad
¿Cómo calificaría el diálogo de su empresa sobre temas delicados, polémicos o negativos que afecten a la comunidad?

Dialogo con comunidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	10	50,0	50,0	50,0
Aceptable	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 24 Dialogo con la comunidad



Fuente: Tabla 0-20 Dialogo con la comunidad.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas el 50% califica el dialogo de su empresas sobre temas delicados, polémicos o negativos que afectan a la comunidad como aceptable y el 50% como ni baja ni aceptable.

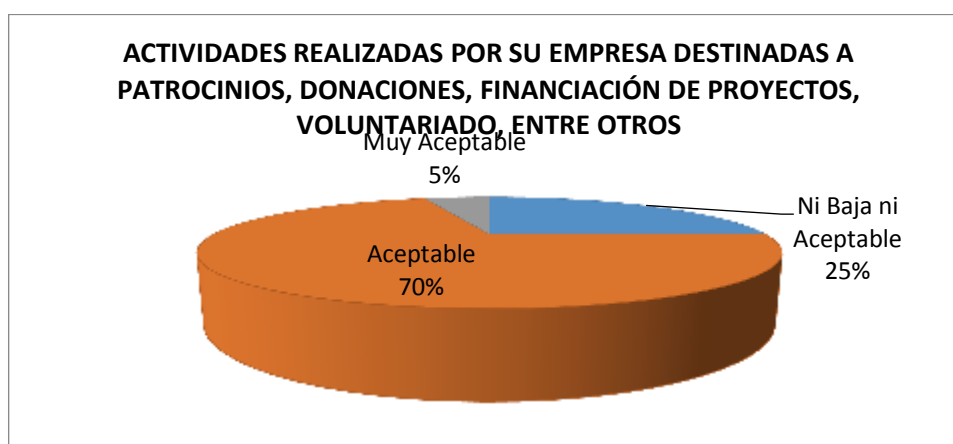
Interpretación: Al tratarse de curtiembres se tiene el recelo de tocar temas acerca de argumentos polémicos o negativos en los cuales se ven relacionadas las comunidades aledañas.

Tabla 0-21 Actividades de voluntariado
¿Cómo calificaría las actividades realizadas por su empresa
destinadas a patrocinios, donaciones, financiación de proyectos,
voluntariado, entre otros?

Actividades realizadas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	5	25,0	25,0	25,0
Aceptable	14	70,0	70,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Gráfico 25 Actividades de voluntariado



Fuente: Tabla 0-21 Actividades de voluntariado.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas el 5% de las empresas evalúan actividades realizadas por su empresa destinadas a patrocinios, donaciones, financiación de proyectos, voluntariado, entre otros como muy aceptable, el 70% como aceptable y el 25% la evalúan como ni baja ni aceptable.

Interpretación: Las actividades destinadas a patrocinios donaciones, financiación de proyectos, voluntariado entre otros son muy importantes en cualquier empresa ya que de esta manera se dan a conocer entorno a la sociedad que estas se encuentran; estas actividades pueden ser una carta de presentación para tener prestigio o desprestigiarse.

**Tabla 0-22 Reconocimiento de la comunidad
¿Cómo calificaría el reconocimiento que recibe su empresa de la
comunidad por las actividades sociales que realiza?**

Reconocimiento por comunidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	2	10,0	10,0	10,0
Aceptable	18	90,0	90,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 26 Reconocimiento de la comunidad



*Fuente: Tabla 0-22 Reconocimiento de la comunidad.
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 90% de las empresas evalúan el reconocimiento que recibe su empresa de la comunidad por las actividades sociales que realiza como muy aceptable y el 10% la evalúan como ni baja ni aceptable.

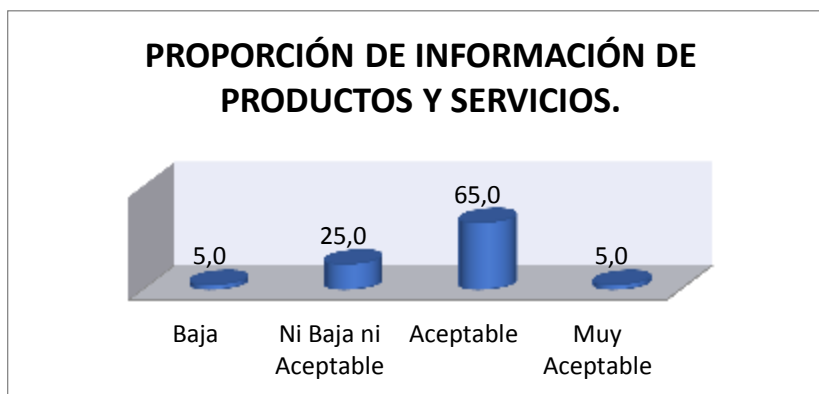
Interpretación: Los reconocimientos hacia las empresas dedicadas a la curtiembre por parte las comunidades es un punto a favor para que la empresa pueda sobresalir y gane competitividad.

Tabla 0-23 Información productos
¿En qué medida, proporciona su empresa información de los riesgos y beneficios de sus productos/servicios que ofrece a sus clientes y su comunidad?

Información de productos y servicios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	1	5,0	5,0	5,0
Ni Baja ni Aceptable	5	25,0	25,0	30,0
Aceptable	13	65,0	65,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 27 Información productos



Fuente: Tabla 0-23 Información productos.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas evalúan a la proporción de información de los riesgos y beneficios de sus productos/servicios que ofrece a sus clientes y comunidad como muy aceptable, el 65% la evalúan como aceptable, el 25% como ni baja ni aceptable y el restante 5% la evalúan como baja.

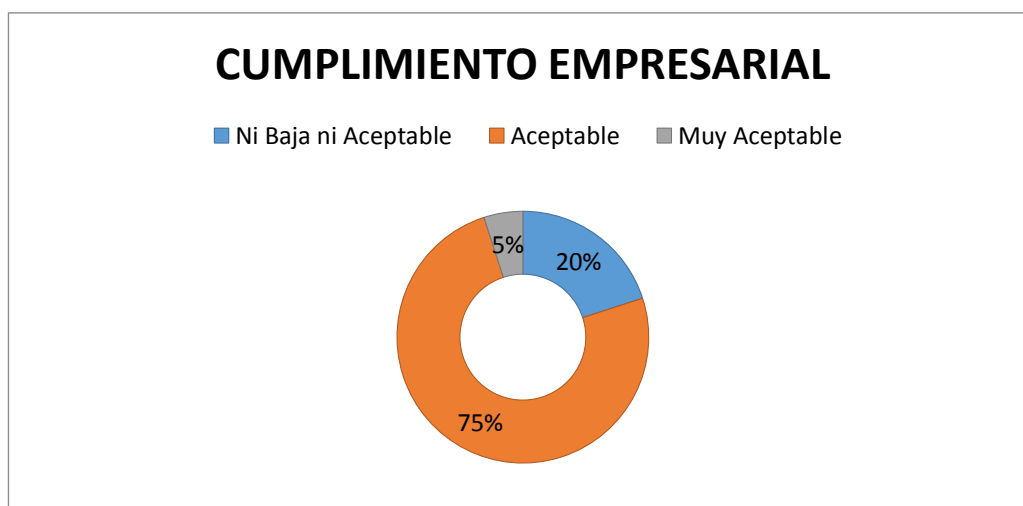
Interpretación: El sector curtiembre para vender su producto ha dado apertura a conocer el tipo de producto que elaboran, han dicho los beneficios y las desventajas que podrían tener si acceden solo a los requerimientos de los clientes, es por ello que antes de iniciar negociaciones informan sobre su producto.

Tabla 0-24 Cumplimiento empresarial
¿Cómo evaluaría el cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?

Cumplimiento de necesidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	4	20,0	20,0	20,0
Aceptable	15	75,0	75,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 28 Cumplimiento empresarial



Fuente: Tabla 0-24 Cumplimiento empresarial.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas evalúan al cumplimiento que poseen para satisfacer las necesidades de sus clientes como muy aceptable, el 75% la evalúan como aceptable y el 20% como ni baja ni aceptable.

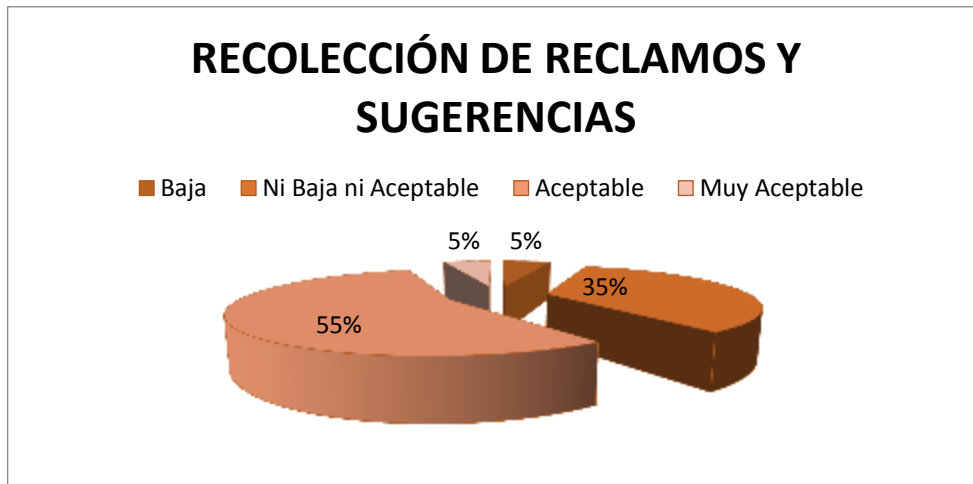
Interpretación: Cada empresa dedicada al tratamiento de pieles, trata de complacer los requerimientos y especificaciones de los clientes, satisfaciendo las necesidades que estos requieran en la utilización del cuero, dándonos esto como resultado fidelidad de los consumidores en general.

Tabla 0-25 Reclamos y sugerencias
¿En qué grado la empresa recoge las sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general?

Recolección de sugerencias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	1	5,0	5,0	5,0
Ni Baja ni Aceptable	7	35,0	35,0	40,0
Aceptable	11	55,0	55,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 29 Reclamos y sugerencias



Fuente: Tabla 0-25 Reclamos y sugerencias.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas evalúan el grado en que la empresa recoge sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general como muy aceptable, el 55% la evalúan como aceptable, el 35% como ni baja ni aceptable y el restante 5% lo evalúan como baja.

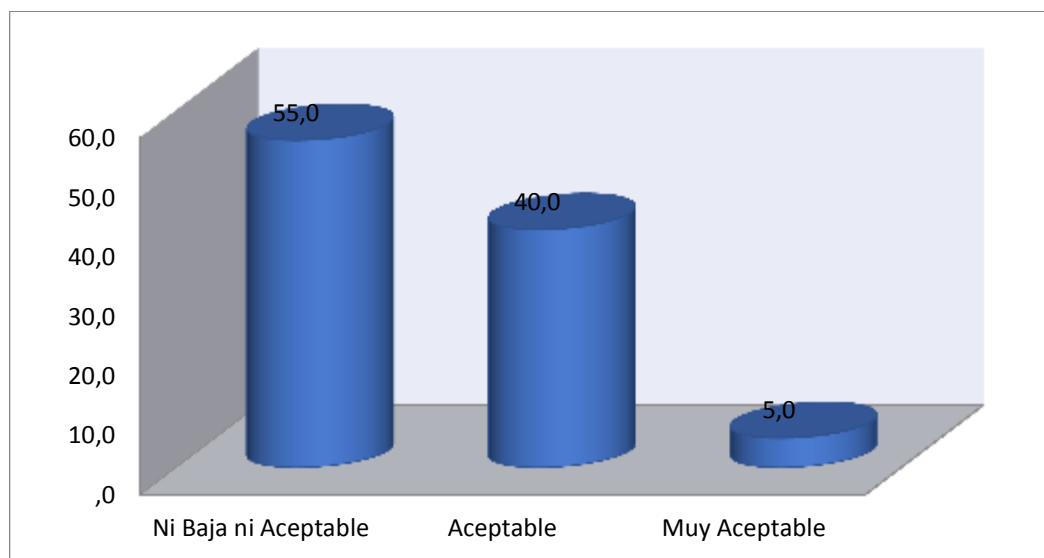
Interpretación: El sector Curtiembres de la zona de planificación 3 del Ecuador debe estar siempre abierto a recibir reclamos y sugerencias, ya que esto le ayudara a mejorar y a dar mejor servicio a sus consumidores, clientes, proveedores e incluso a la comunidad.

Tabla 0-26 Aporte de trabajadores
Con respecto a la cultura empresarial social, ¿en qué medida considera que los trabajadores han aportado a su empresa?

Aporte de los trabajadores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	11	55,0	55,0	55,0
Aceptable	8	40,0	40,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 30 Aporte de trabajadores



Fuente: Tabla 0-26 Aporte de trabajadores.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas evalúan el grado en que los trabajadores han aportado a la empresa como muy aceptable, el 40% la evalúan como aceptable y el 55% como ni baja ni aceptable.

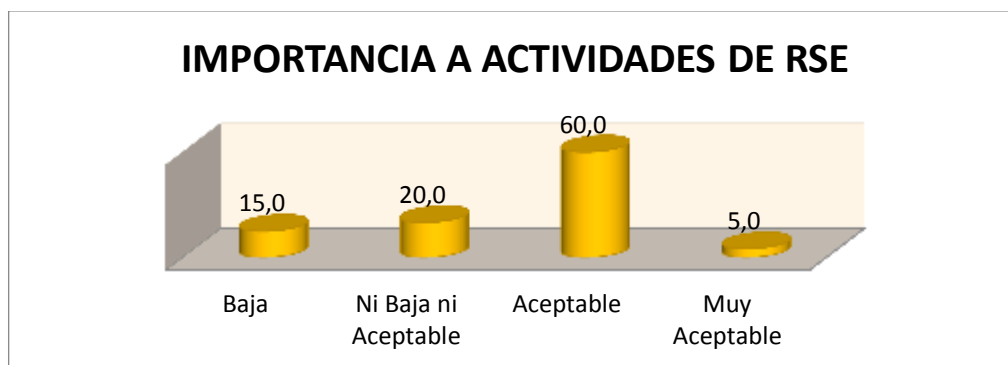
Interpretación: El sector Curtiembres cuida de sus trabajadores pensando siempre en el bienestar y la satisfacción profesional y personal dándonos un resultado participativo de los mismos.

Tabla 0-27 Importancia de actividades de RSE
¿En qué grado los directivos y trabajadores de la empresa dan importancia a las actividades de Responsabilidad Social?

Importancia a actividades de RSE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	3	15,0	15,0	15,0
Ni Baja ni Aceptable	4	20,0	20,0	35,0
Aceptable	12	60,0	60,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 31 Importancia de actividades de RSE



Fuente: Tabla 0-27 Importancia de actividades de RSE
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas califican al grado de importancia que los directivos y trabajadores de la empresa le dan a las actividades de responsabilidad social como muy aceptable, el 60% la evalúan como aceptable, el 20% la evalúan como ni baja ni aceptable y el 15% como baja.

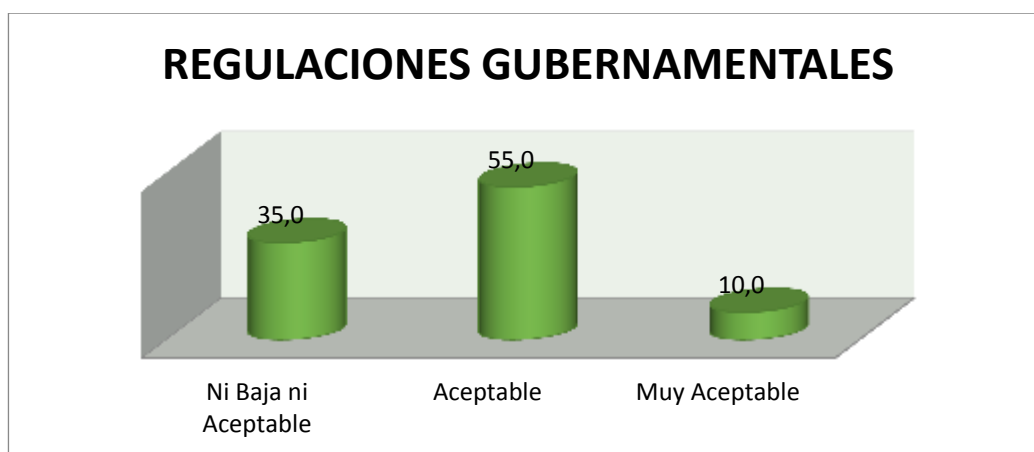
Interpretación: El sector Curtiembres de la zona de planificación tres del ecuador debe inculcar conocimiento sobre lo que es ser una empresa socialmente responsable, que no solo se está fijando en los réditos económicos, sino también piensa en el talento humano que posee para poder operar y surgir en el mercado.

Tabla 0-28 Regulaciones Gubernamentales
¿En qué medida considera que su empresa cumple con las regulaciones gubernamentales?

Regulaciones gubernamentales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	7	35,0	35,0	35,0
Aceptable	11	55,0	55,0	90,0
Muy Aceptable	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 32 Regulaciones Gubernamentales



Fuente: Tabla 0-28 Regulaciones Gubernamentales.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 10% de las empresas califican al grado de cumplimiento con las regulaciones gubernamentales como muy aceptable, el 55% la evalúan como aceptable y el 35% la evalúan como ni baja ni aceptable.

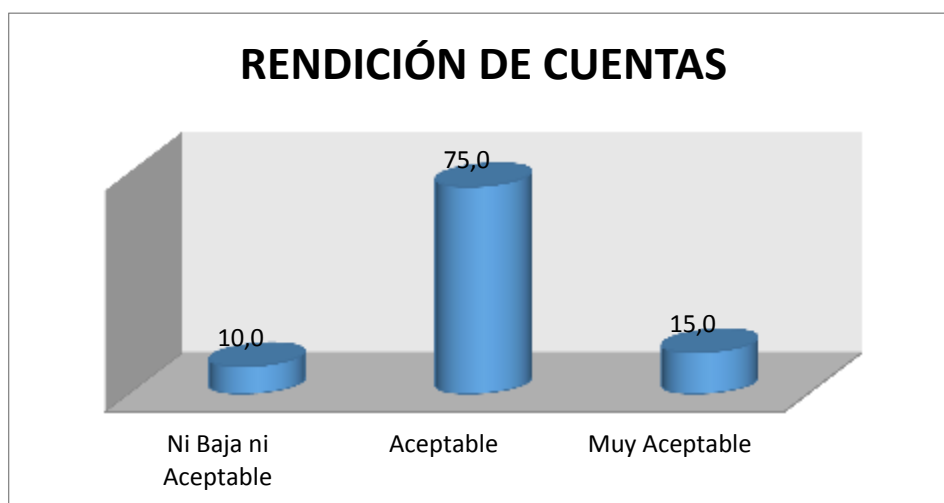
Interpretación: El sector Curtiembres labora bajo la legislación vigente, y posee normas ISO las mismas que se cumplen al 100% en cada proceso, al igual que las Normas INEN que son un requisito primordial en la Agencia Nacional de Tránsito para matricular al vehículo sin tener contratiempos llegando a cumplir con el Gobierno y con la satisfacción del cliente, por otro lado también se manejan con los estándares que estableció el ministerio de ambiente para el cuidado ambiental.

Tabla 0-29 Rendiciones Gubernamentales
¿Cómo calificaría el grado de información difundido a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad?

Rendición de cuentas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	2	10,0	10,0	10,0
Aceptable	15	75,0	75,0	85,0
Muy Aceptable	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 33 Rendiciones Gubernamentales



Fuente: Tabla 0-29 Rendiciones Gubernamentales.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 15% de las empresas califican al grado de información a la comunidad acerca de la rendición de cuentas como muy aceptable, el 75% la evalúan como aceptable y el 10% la evalúan como ni baja ni aceptable.

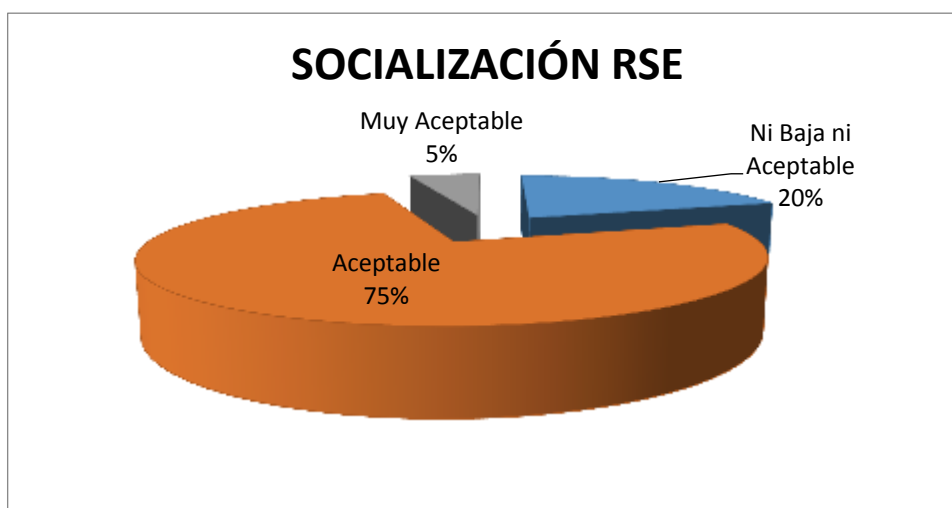
Interpretación: Las empresas del sector curtiembre dan información financiera anual del estado de sus empresas, inclusive hay varias que realizan publicaciones de sus estados financieros en la prensa local.

Tabla 0-30 Socialización RSE
¿En qué medida informa su organización sobre la responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y a la comunidad?

Socialización acerca de RSE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	4	20,0	20,0	20,0
Aceptable	15	75,0	75,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 34 Socialización RSE



Fuente: Tabla 0-30 Socialización RSE
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas califican la información dada a sus socios estratégicos y a la comunidad en cuanto a responsabilidad social empresarial como muy aceptable, el 75% la evalúan como aceptable y el 20% la evalúan como ni baja ni aceptable.

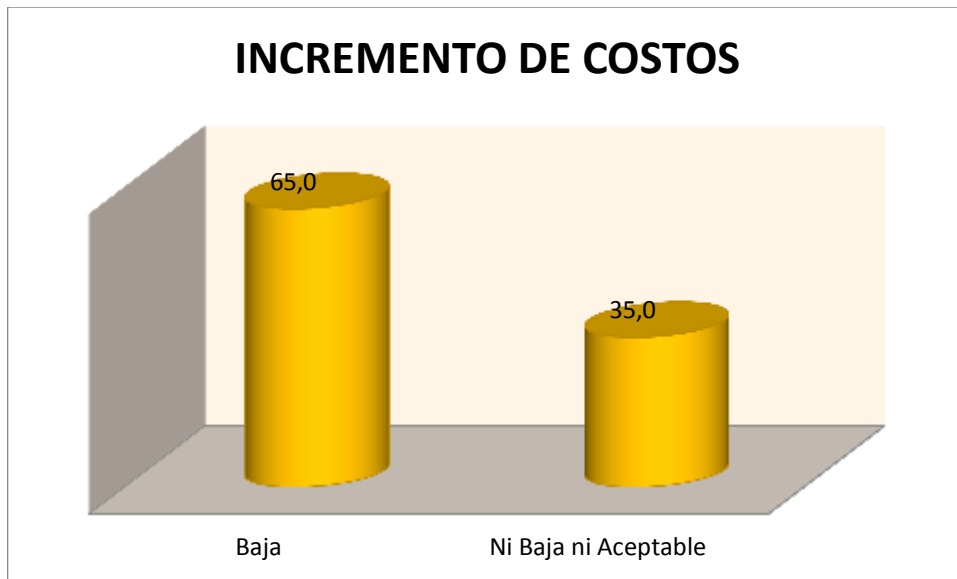
Interpretación: El sector curtiembres se enfoca en los socios estratégicos y a la comunidad en temas de responsabilidad social para que de esta manera estos también puedan aportar estrategias de acuerdo a las necesidades, ayudando de esta manera a la toma de decisiones de las empresas.

Tabla 0-31 Incremento en costos

Incremento en costos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	13	65,0	65,0	65,0
Ni Baja ni Aceptable	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 35 Incremento en costos



*Fuente: Tabla 0-31 Incremento en costos.
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 65% de las empresas califican como bajo al incremento en costos como una limitación para establecer Responsabilidad Social empresarial en las curtiembres y el 35% la evalúan como ni baja ni aceptable.

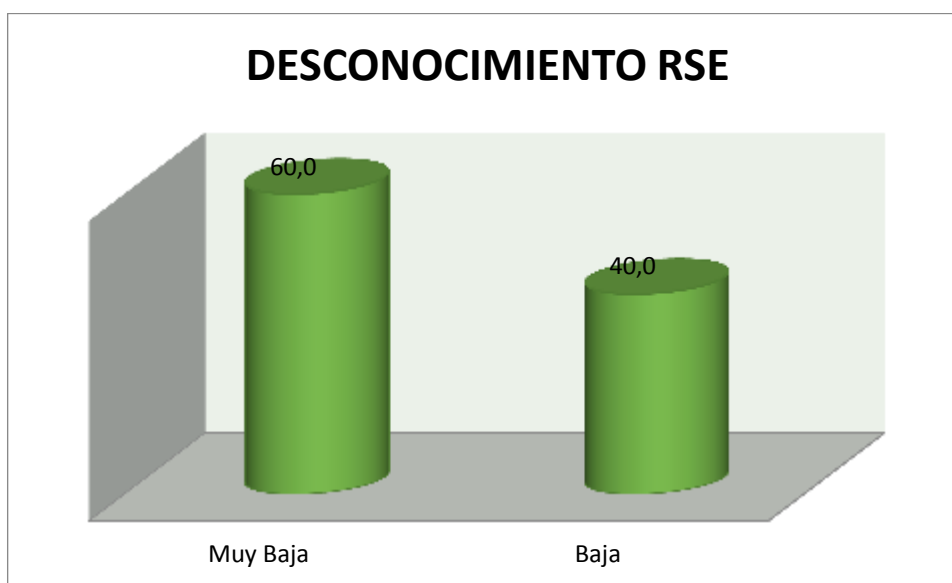
Interpretación: El sector curtiembre tiene como limitación incrementar costos en sus operaciones, para poder implantar RSE en las mismas, y poder surgir en el mercado de mejor manera.

Tabla 0-32 Desconocimiento de la Responsabilidad Social

Desconocimiento de RSE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Baja	12	60,0	60,0	60,0
Baja	8	40,0	40,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 36 Desconocimiento de la Responsabilidad Social



*Fuente: Tabla 0-32 Desconocimiento RSE.
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 40% de las empresas califican como baja y el 60% la evalúan como muy baja al desconocimiento de la Responsabilidad Social y esta es una limitación significativa para las mismas.

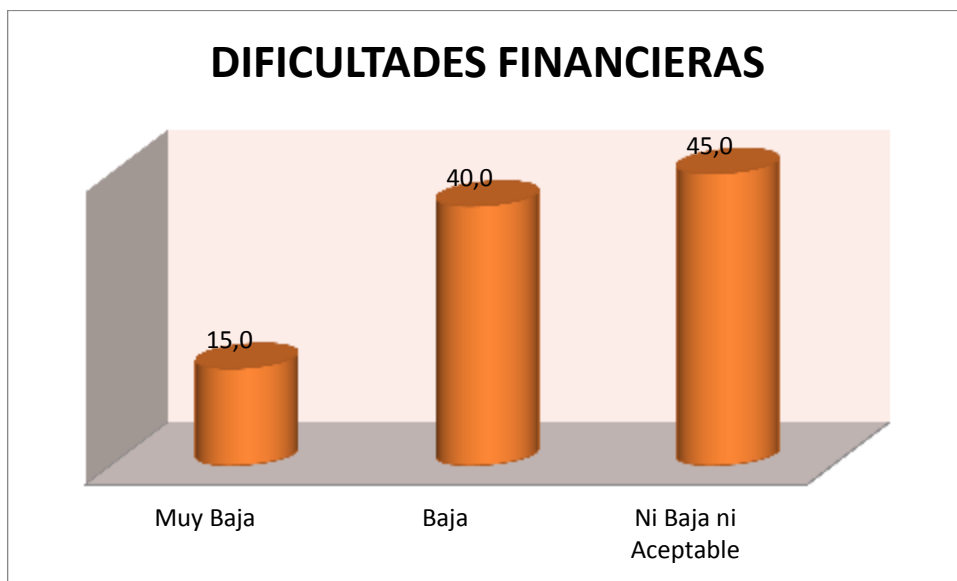
Interpretación: El sector curtiembre se encuentra muy limitado en cumplir solamente con la parte legal para poder funcionar como empresa, esto se da a que no hay mucho interés en las curtiembres en conocer más sobre lo que es la responsabilidad social empresarial y lo que significaría incrementar este tema.

Tabla 0-33 Dificultades Financieras

Dificultades Financieras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Baja	3	15,0	15,0	15,0
Baja	8	40,0	40,0	55,0
Ni Baja ni Aceptable	9	45,0	45,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 37 Dificultades Financieras



*Fuente: Tabla 0-33 Dificultades Financieras.
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 45% de las empresas califican como ni baja ni aceptable, el 40% de las empresas califican como baja y el 15% la evalúan como muy baja a tener dificultades económicas para la implementación de Responsabilidad Social empresarial.

Interpretación: La Zona de Planificación 3 del Ecuador, sector curtiembres se mantiene en un margen estable financiero, sin embargo tienen como limitante este factor para el implemento de RSE.

**Tabla 0-34 Establecimiento de políticas y Procedimientos en RSE
Dificultad para establecer políticas y procedimientos derivados de la
Responsabilidad Social**

Políticas y procedimientos de RSE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Baja	7	35,0	35,0	35,0
Baja	13	65,0	65,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 38 Establecimiento de políticas y Procedimientos en RSE



Fuente: Tabla 0-34 Establecimiento de políticas y procedimientos en RSE..
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 65% de las empresas califican como baja y el 35% la evalúan como muy baja al establecimiento de políticas y procedimientos derivados de la Responsabilidad Social siendo esta otra limitación para el sector curtiembres.

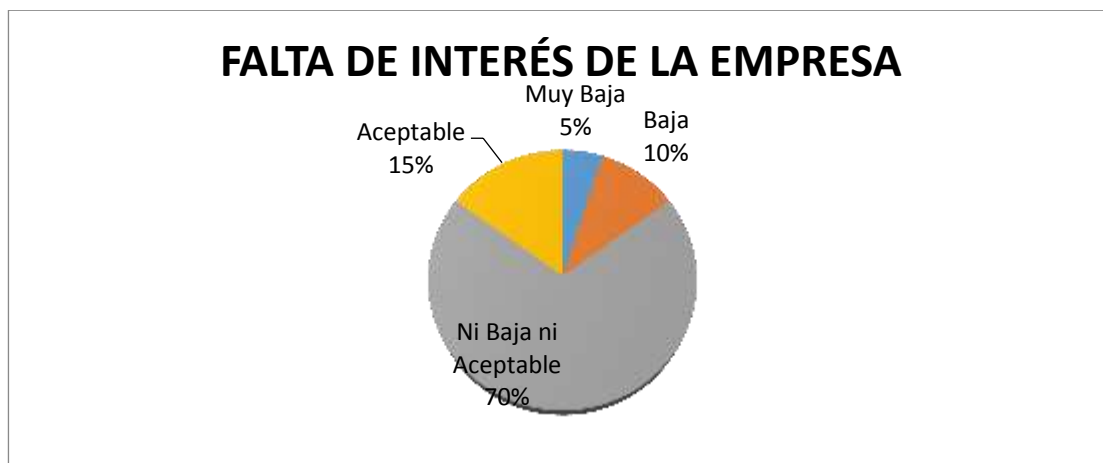
Interpretación: El sector curtiembre se encuentra muy limitado ya que por la falta de conocimiento de responsabilidad social empresarial no pueden armar un equipo en donde se puedan implantar políticas, estrategias, procedimientos para cumplir correctamente con este tema; y solamente cumplen con la parte legal.

**Tabla 0-35 Interés por parte de la empresa
Falta de interés por parte de las áreas de la empresa**

Falta de interés de la empresa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Baja	1	5,0	5,0	5,0
Baja	2	10,0	10,0	15,0
Ni Baja ni Aceptable	14	70,0	70,0	85,0
Aceptable	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 39 Interés por parte de la empresa



*Fuente: Tabla 0-35 Interés por parte de la empresa.
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 15% de las empresas califican como aceptable, el 70% como ni baja ni aceptable, el 10% como baja y el 5% como muy baja en la falta de interés por parte de las áreas de la empresa en cuanto a implantar Responsabilidad Social.

Interpretación: El sector curtiembre por dedicarse más a la actividad económica dejan de lado otras responsabilidades que se deben cumplir en una entidad, ya que su principal recurso es el talento humano, ya que ellos son eje fundamental para que la empresa siga operando y tenga crecimiento, pero ese crecimiento no solo debe ser financiero sino también empresarial.

Tabla 0-36 Falta de compromiso de la directiva

Falta de compromiso de la directiva	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	4	20,0	20,0	20,0
Ni Baja ni Aceptable	15	75,0	75,0	95,0
Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 40 Falta de compromiso de la directiva



Fuente: Tabla 0-36 Falta de compromiso de la directiva.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas califican como aceptable, a la falta de compromiso por parte de los directivos de las empresas, el 75% como ni baja ni aceptable, el 20% como baja.

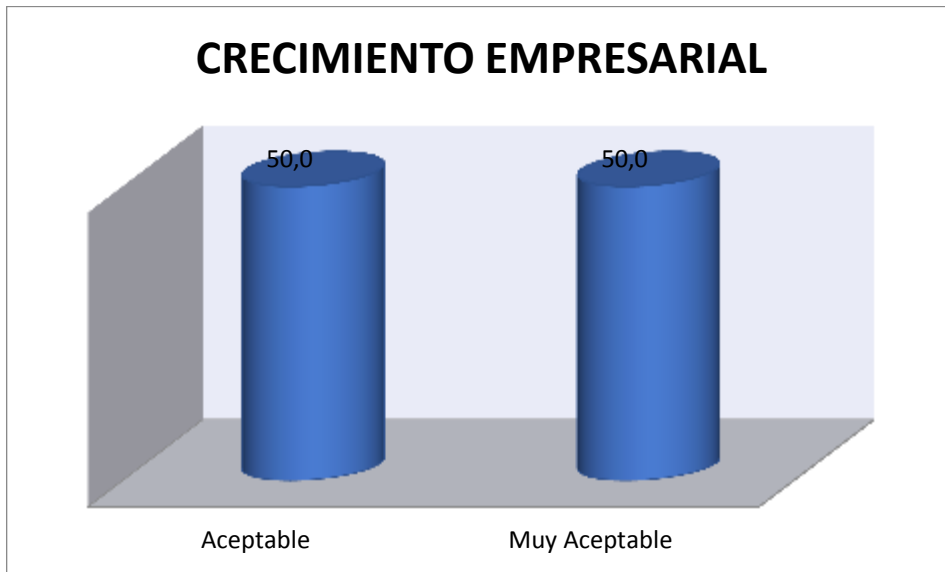
Interpretación: La zona de planificación 3 del Ecuador, sector curtiembres deben comprometerse no solo en el bienestar de las empresas sino también en el bienestar de su entorno, y para ello se deben designar a personas específicas que se encarguen de esta función, la falta de compromiso en hacer algo más por la sociedad hace que nuestra imagen empresarial no crezca.

Tabla 0-37 Crecimiento empresarial (financiero y mercado)

Crecimiento empresarial	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Aceptable	10	50,0	50,0	50,0
Muy Aceptable	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 41 Crecimiento empresarial



*Fuente: Tabla 0-37 Crecimiento empresarial.
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 50% de las empresas califican como muy aceptable, en cuanto se refiere que si la empresa implementara Responsabilidad social empresarial el beneficio que tendrían sería crecimiento empresarial, el 50% como aceptable.

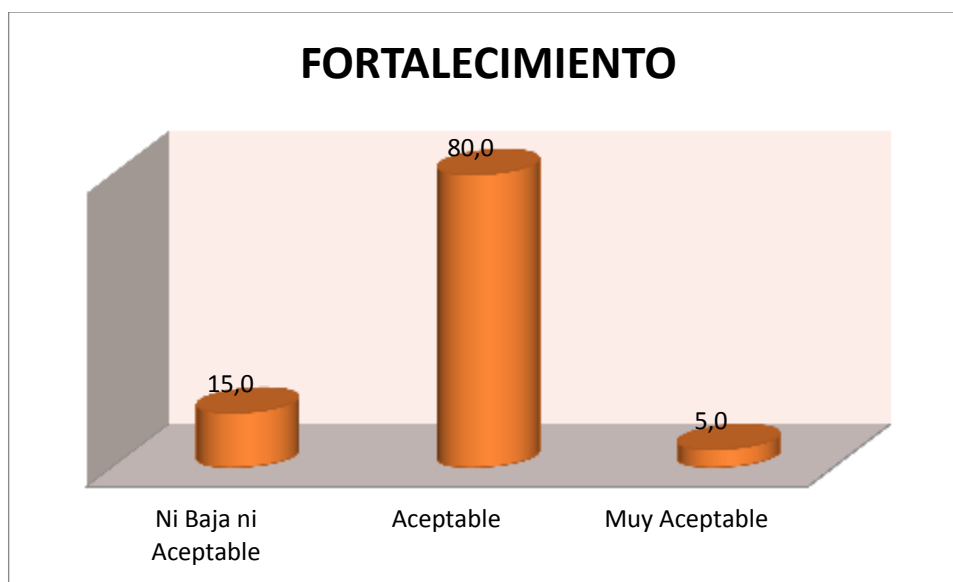
Interpretación: La zona de planificación 3 del Ecuador, sector curtiembres están conscientes de que si tuvieran el conocimiento adecuado en ser una empresa socialmente responsable su empresa tendrá expansión y crecimiento en el mercado.

**Tabla 0-38 Fortalecimiento
Fortalecimiento por la fidelidad de clientes y proveedores**

Fortalecimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	3	15,0	15,0	15,0
Aceptable	16	80,0	80,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 42 Fortalecimiento



*Fuente: Tabla 0-38 Fortalecimiento.
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas califican como muy aceptable, a la fidelidad que tendrían de sus clientes y proveedores si implantaran responsabilidad social empresarial el 80% como aceptable, y el 20% como ni baja ni aceptable.

Interpretación: La zona de planificación 3 del Ecuador, sector curtiembres cree en la fidelidad de sus clientes debido al trato adecuado que se le brinda, iniciando con un video de la empresa y explicándole cual es el proceso de elaboración de la curtiembre y que ventajas tendrá después de su compra, y no solo eso sino también el accionar de la empresa en cuanto a los valores que poseen.

Tabla 0-39 Compromiso y productividad

Compromiso y productividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	4	20,0	20,0	20,0
Aceptable	15	75,0	75,0	95,0
Muy Aceptable	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 43 Compromiso y productividad



Fuente: Tabla 0-39 Compromiso y productividad.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 5% de las empresas califican como muy aceptable el tener mayor compromiso y productividad con los colaboradores al trabajar con responsabilidad social empresarial el 75% lo califica como aceptable, y el 20% como ni baja ni aceptable.

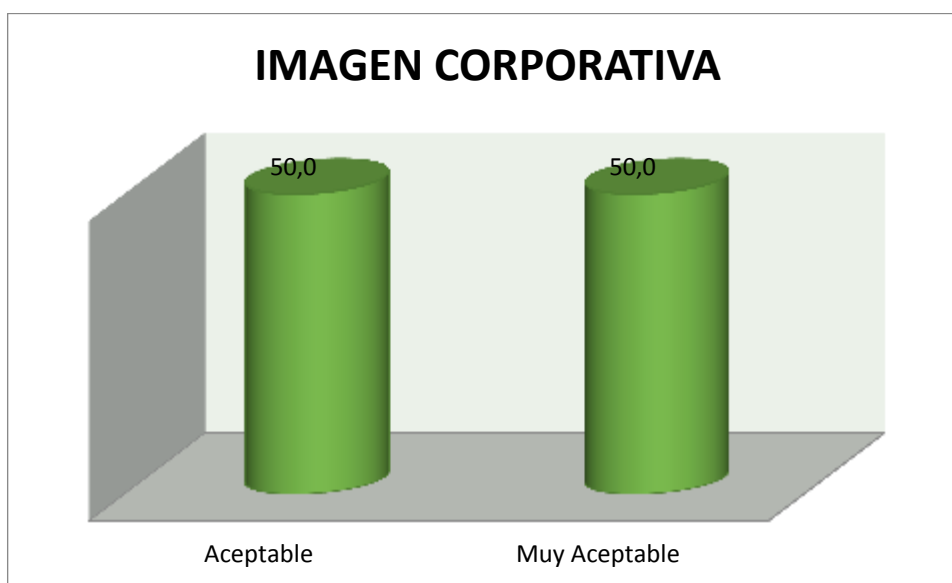
Interpretación: Las actividades de responsabilidad social que la zona de planificación 3 del Ecuador, sector curtiembres posee es un compromiso hacia los clientes, socios, proveedores y trabajadores. En sí para adquirir crecimiento empresarial que incentive acciones sociales en los aspectos económicos, legales, éticos, ambientales y filantrópicos.

Tabla 0-40 Mejor imagen corporativa y reputación

Imagen Corporativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Aceptable	10	50,0	50,0	50,0
Muy Aceptable	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.*

Grafico 44 Mejor imagen corporativa y reputación



*Fuente: Tabla 0-40 Imagen Corporativa y reputación..
Elaborado por: Galarza K.*

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 50% de las empresas califican como muy aceptable, a que mejoraría su imagen corporativa y su reputación si trabajaran con responsabilidad social empresarial, el 50% como aceptable.

Interpretación: A la Responsabilidad Social Empresarial la podemos asociar a la imagen corporativa que transmite la empresa a través de su marca y reputación hacia sus consumidores potenciales.

Tabla 0-41 Mejor relación con comunidad

Relación con la comunidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni Baja ni Aceptable	10	50,0	50,0	50,0
Aceptable	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 45 Mejor relación con comunidad



Fuente: Tabla 0-41 Mejor relación con la comunidad.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: Del total de encuestas realizadas, el 50% de las empresas califican como muy aceptable, a que mejoraría su relación con la comunidad si trabajaran con responsabilidad social empresarial, el 50% como aceptable.

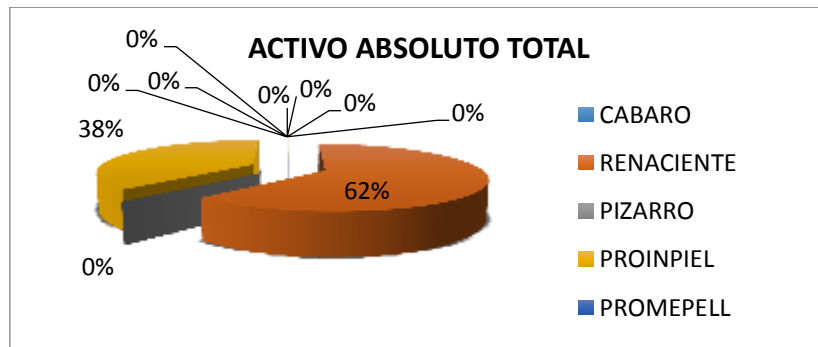
Interpretación: La Responsabilidad Social Empresarial da apertura a que la comunidad en donde se desarrollan las empresas den lugar a que sea participativa e inclusive formen parte de ellas, ya que sus críticas y sugerencias ayudarían a superarse.

Tabla 0-42 Activo Total Absoluto

	EMPRESA	INDICADOR	Tt	To	(Tt-To)/(t-0)
ACTIVO	CABARO	Activo Total Absoluto	\$ 521.694,00	\$ 1.346.315,65	\$ 137.436,94
	RENACIENTE		\$ 28.711.575.597,45	\$ 43.586.914.980,98	\$ 2.479.223.230,59
	PIZARRO		\$ 354.519,01	\$ 1.359.118,20	\$ 167.433,20
	PROINPIEL		\$ 8.875.263.716,78	\$ 17.848.256.127,98	\$ 1.495.498.735,20
	PROMEPELL		\$ 511.178,68	\$ 987.807,88	\$ 79.438,20
	SALAZAR		\$ 2.419.807,23	\$ -	\$ (403.301,21)
	SERVICUEROS		\$ 2.812.032,43	\$ 1.328.591,82	\$ (247.240,10)
	TENERIA DIAZ		\$ 2.419.807,23	\$ 1.159.778,12	\$ (210.004,85)
	TENERIA SAN JOSE		\$ 1.590.339,31	\$ 3.045.897,01	\$ 242.592,95
	CT		\$ 1.541.711,11	\$ 9.013.000,23	\$ 1.245.214,85

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 46 Activo Total Absoluto



Fuente: Tabla 0-42 Activo Total Absoluto.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: el 30% de la zona de planificación 3 del Ecuador presenta una disminución en el inventario de sus activos fijos y el restante 70% presenta un aumento en los mismos.

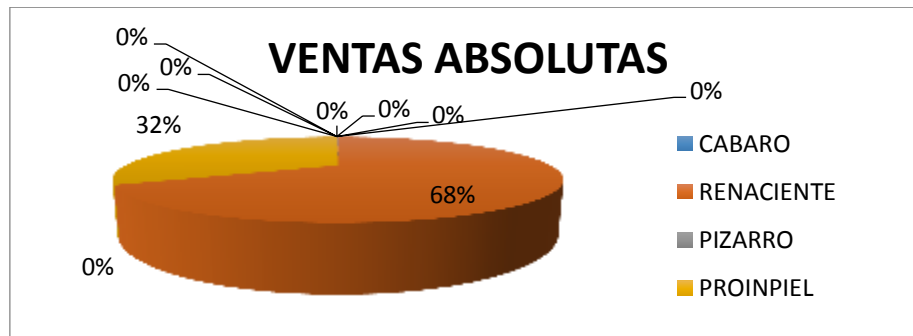
Interpretación: el aumento en la producción de cada empresa representa un mayor índice de ventas y por tanto se refleja en los ingresos percibidos por las mismas con lo cual hace posible el aumento de sus activos.

Tabla 0-43 Ventas Absolutas

	EMPRESA	INDICADOR	Tt	To	(Tt-To)/(t-0)
VENTAS (ingresos operacionales)	CABARO	Ventas Absoluto	\$ 206.630,82	\$ 1.020.889,19	\$ 135.709,73
	RENACIENTE		\$ 21.971.639.847,33	\$ 51.567.891.018,37	\$ 4.932.708.528,51
	PIZARRO		\$ 5.688,92	\$ 1.355.918,83	\$ 225.038,32
	PROINPIEL		\$ 8.750.094.954,18	\$ 22.821.568.633,78	\$ 2.345.245.613,27
	PROMEPELL		\$ 187.346,51	\$ 836.853,50	\$ 108.251,17
	SALAZAR		\$ 1.667.264,99	\$ -	\$ (277.877,50)
	SERVICUEROS		\$ 3.020.614,97	\$ 3.159.810,39	\$ 23.199,24
	TENERIA DIAZ		\$ 1.667.264,99	\$ 1.338.308,26	\$ (54.826,12)
	TENERIA SAN JOSE		\$ 1.445.957,62	\$ 2.915.411,62	\$ 244.909,00
	CT		\$ 1.953.869,43	\$ 9.430.842,29	\$ 1.246.162,14

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 47 Ventas Absolutas



Fuente: Tabla 0-43 Ventas Absolutas.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: el 20% de la zona de planificación 3 del Ecuador presenta una disminución en sus ventas las cuales representan los ingresos operacionales y el 80% presenta un aumento en los mismos.

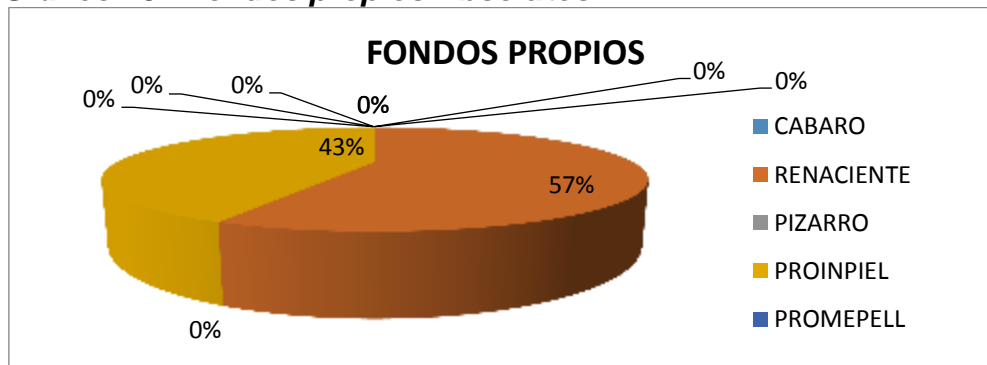
Interpretación: La mayoría de empresas han demostrado un incremento en sus ventas lo cual indica que existe gran demanda de producto permitiendo a las empresas crecer cada vez y aumentando el prestigio de la zona.

Tabla 0-44 Fondos propios

	EMPRESA	INDICADOR	Tt	To	(Tt-To)/(t-0)
FONDOS PROPIOS (patrimonio)	CABARO	Fondos propios Absoluto Total	\$ 405.174,38	\$ 1.139.310,34	\$ 734.135,96
	RENACIENTE		\$ 11.028.670.695,31	\$ 16.741.914.124,25	\$ 5.713.243.428,94
	PIZARRO		\$ 107.865,11	\$ 232.465,54	\$ 124.600,43
	PROINPIEL		\$ 3.309.380.556,01	\$ 7.619.842.673,23	\$ 4.310.462.117,22
	PROMEPELL		\$ 320.184,78	\$ 397.753,64	\$ 77.568,86
	SALAZAR		\$ 1.618.310,18	\$ -	\$ (1.618.310,18)
	SERVICUEROS		\$ 1.776.666,76	\$ 508.228,62	\$ (1.268.438,14)
	TENERIA DIAZ		\$ 1.618.310,18	\$ 35.125,46	\$ (1.583.184,72)
	TENERIA SAN JOSE		\$ 429.020,54	\$ 1.113.353,59	\$ 684.333,05
	CT		\$ 932.638,62	\$ 2.709.391,84	\$ 1.776.753,22

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 48 Fondos propios Absolutos



Fuente: Tabla 0-44 Fondos Propios.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: el 30% de la zona de planificación 3 del Ecuador presenta una disminución en el inventario de los patrimonios de la empresa y el restante 70% presenta un aumento en los mismos.

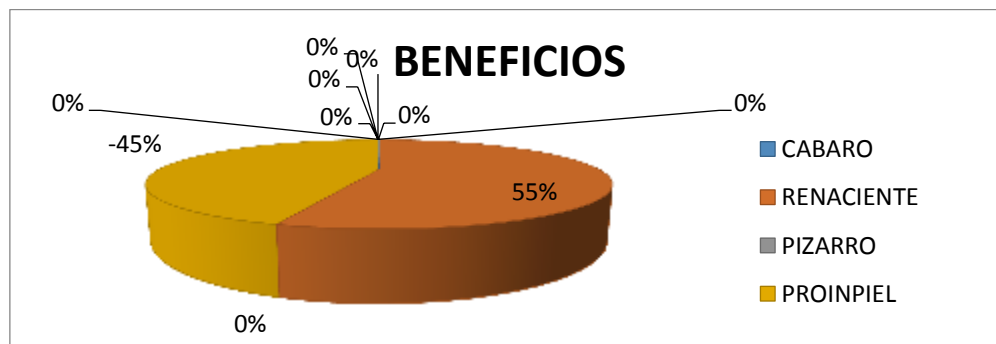
Interpretación: El patrimonio de las empresas de la zona 3 es resultado de la diferencia entre sus activos y sus pasivos dejándonos como resultado el crecimiento de las propiedades de la empresa.

Tabla 0-45 Beneficios Absolutos

	EMPRESA	INDICADOR	Tt	To	(Tt-To)/(t-0)
BENEFICIOS (utilidades netas)	CABARO	Beneficio Absoluto Total	\$ 13.444,39	\$ (69.188,48)	\$ (82.632,87)
	RENACIENTE		\$ 2.549.688.136,25	\$ 2.260.644.140,21	\$ (289.043.996,04)
	PIZARRO		\$ 1.029,04	\$ 9.599,99	\$ 8.570,95
	PROINPIEL		\$ 933.263.408,19	\$ 1.168.017.544,13	\$ 234.754.135,94
	PROMEPELL		\$ 16.354,63	\$ 48.904,97	\$ 32.550,34
	SALAZAR		\$ 2.611,51	\$ -	\$ (2.611,51)
	SERVICUEROS		\$ 7.074,34	\$ 70.798,24	\$ 63.723,90
	TENERIA DIAZ		\$ 2.611,51	\$ 15.478,63	\$ 12.867,12
	TENERIA SAN JOSE		\$ 37.943,60	\$ (96.424,73)	\$ (134.368,33)
	CT		\$ 46.461,97	\$ 179.541,39	\$ 133.079,42

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Galarza K.

Grafico 49 Beneficios Absolutos



Fuente: Tabla 0-45 Beneficios Absolutos.
Elaborado por: Galarza K.

Análisis: el 40% de la zona de planificación 3 del Ecuador presenta una disminución en sus utilidades netas también conocidos como beneficios de la empresa y el 60% presenta un aumento en los mismos.

Interpretación: El aumento de las utilidades representa las ganancias que percibe la empresa las cuales son repartidas como beneficios de todos los miembros de la misma según la legislación ecuatoriana.

4.3 Verificación de Hipótesis.

Una vez determinado el problema y realizada la investigación de campo mediante encuestas dirigidas al sector curtiembres de la zona de Planificación 3 del Ecuador se han extraído diversas respuestas y, para la verificación de la Hipótesis se empleará el Rho de Spearman que permite determinar si el conjunto de frecuencias observadas se ajusta a un conjunto de frecuencias esperadas mediante el uso del programa PASW Statistics 18 que resume la aplicación de la fórmula estadística.

Camacho y Sandoval, (2008) mencionan que el uso de la técnica de Pearson requiere que las dos variables hayan sido medidas hasta un nivel cuantitativo continuo y que la distribución de ambas sea semejante a la de la curva normal; es decir, que tengan sesgo y curtosis parecidos a los de dicha distribución.

Cuando el coeficiente de correlación rho de Spearman calculado tiene un valor cercano a cero se dice que ambas variables no presentan asociación.

En la prueba se plantea las siguientes hipótesis estadísticas:

Hipótesis estadística nula: $H_0: r_s = 0$ (cero)

Hipótesis estadística alterna: $H_a: r_s \neq 0$

Plantear Hipótesis

H₀: La Responsabilidad Social empresarial no influye en el crecimiento empresarial del sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador.

H₁: La Responsabilidad Social empresarial influye en el crecimiento empresarial del sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador.

Seleccionar estadístico de prueba

a.) Correlación de Spearman

Valor de P= 0.751

Interpretar el valor de P

Podemos decir que con un nivel de significancia superior al 5% propuesto para esta investigación no se puede afirmar que la Responsabilidad Social Empresarial influya en la variable Crecimiento Empresarial.

Valor de P= 0.200

Interpretar el valor de P

Podemos decir que con un nivel de significancia superior al 5% propuesto para esta investigación no se puede afirmar que la Responsabilidad Social Empresarial influya en la variable Crecimiento Empresarial.

Valor de P= 0.098

Interpretar el valor de P

Podemos decir que con un nivel de significancia superior al 5% propuesto para esta investigación no se puede afirmar que la Responsabilidad Social Empresarial influya en la variable Crecimiento Empresarial.

Valor de P= 0.128

Interpretar el valor de P

Podemos decir que con un nivel de significancia superior al 5% propuesto para esta investigación no se puede afirmar que la Responsabilidad Social Empresarial influya en la variable Crecimiento Empresarial.

Tabla 0-46 Correlaciones entre variables

			Correlaciones				
			RSE	CrecBeneficio	CrecActivo	CrecVentas	CrecPatrim
Rho de Spearman	RSE	Coeficiente de correlación	1,000	-,115	,442	,552	-,515
		Sig. (bilateral)	.	,751	,200	,098	,128
		N	10	10	10	10	10
CrecBeneficio	CrecBeneficio	Coeficiente de correlación	-,115	1,000	,503	,479	-,491
		Sig. (bilateral)	,751	.	,138	,162	,150
		N	10	10	10	10	10
CrecActivo	CrecActivo	Coeficiente de correlación	,442	,503	1,000	,988**	-,952**
		Sig. (bilateral)	,200	,138	.	,000	,000
		N	10	10	10	10	10
CrecVentas	CrecVentas	Coeficiente de correlación	,552	,479	,988**	1,000	-,964**
		Sig. (bilateral)	,098	,162	,000	.	,000
		N	10	10	10	10	10
CrecPatrim	CrecPatrim	Coeficiente de correlación	-,515	-,491	-,952**	-,964**	1,000
		Sig. (bilateral)	,128	,150	,000	,000	.
		N	10	10	10	10	10

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: PASW Statistics 18

Conclusión: De acuerdo a este criterio se determinó que la hipótesis nula () no es rechazada es decir, con un nivel de significancia mayor al 5% la Responsabilidad Social Empresarial no influye en el crecimiento empresarial del sector curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

Mediante la información obtenida en la aplicación del instrumento que se usó para la recopilación de datos, podemos concluir de la siguiente manera:

En estos últimos años se ha analizado la influencia que genera aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas, ya que estas no solo le generan incremento en ventas, sino también hay satisfacción en las actividades que el personal cumple, se realizan innovaciones las mismas que permiten destacarse en el sector en donde están enfocados, dándonos como resultado un mejor posicionamiento en el mercado; por otro lado también se incrementa la reputación corporativa; la responsabilidad social empresarial aporta a extender la competitividad de las mismas.

Muchas de las empresas dedicadas a la comercialización del cuero solo se están fijando en la parte legal, ambiental y su entorno (comunidad), sin tomar en cuenta que una empresa responsable socialmente también mira el lado ético y económico.

La importancia de elaborar un informe de sostenibilidad de las empresas es desconocida por muchos de los empresarios, generando esto desconocimiento en mercados a los que están enfocados y a su vez éstas no sean reconocidas, no solo por el producto que ofertan sino también por la calidad laboral que se da en la institución, pudiendo ser estos publicados en el informe mediante indicadores.

La relación laboral en las curtiembres podemos decir que es admisible, ya que los trabajadores cuentan con la atención necesaria en caso de accidentes, además que se cumple con la normativa de seguridad social y la legislación impositiva del país.

Muy pocas empresas han tenido la iniciativa de crear conciencia sobre los efectos ambientales que producen sus industrias, por lo que en la gran mayoría no realizan participaciones con la comunidad en general, dejando de lado muchas actividades que ayudarían al ambiente, e inclusive ganarían valor corporativo.

El cumplir con responsabilidad social empresarial no es obedecer a la legislación por obligación, más bien se apega a tener una conciencia empresarial, servicio con la comunidad y voluntad para que la empresa pueda crecer, producir más, existir en su razón de ser.

Tener una mentalidad socialmente responsable, debe convertirse en un reto para las empresas, ya que incorporar valores ambientales, económicos, sociales es una estrategia global, la cual nos abre oportunidades para aprovechar las ventajas que traería, sin embargo hay muchas entidades que tienen confusión al momento de aplicarla y más aún cuando se la práctica, principalmente en la sensibilización e información.

5.2. Recomendaciones.

Se recomienda a las Curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador, velar por el cumplimiento de las normas que están relacionadas con los principios de responsabilidad social empresarial.

Se recomienda que las empresas practiquen la Responsabilidad Social Empresarial, ya que esto les traerá atracción no solo de sus clientes, sino también de sus proveedores, inversionistas e inclusive comunidad en general, esto generara mayores ganancias para las mismas.

Las empresas deben cumplir el 100% de lo que dice la Norma ISO 26000, para que de esta manera se vayan ganando competitividad en el mercado.

Elaborar un modelo de balance social en donde se puedan evaluar resultados con la aplicación de indicadores, así como también establecer un análisis FODA de las curtiembres de la Zona de Planificación 3 del Ecuador.

Realizar inversiones en cuanto se refiere a actividades de Responsabilidad Social Empresarial, las mismas que se incluyan a la comunidad y al personal de trabajo.

Establecer un plan de mejoras ambientales, en donde se identifiquen los objetivos, estableciendo los recursos necesarios, indicadores, los responsables para cada actividad y el tiempo que llevara para la ejecución de los mismos.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos informativos.

Título

Proponer el diseño de un Balance de Responsabilidad Social Empresarial que permita establecer indicadores y mejorar el crecimiento empresarial en el sector curtiembres en la Zona de Planificación 3 del Ecuador.

Investigación Ejecutora

Curtiduría Tungurahua S.A.

Investigador

Karem Estefanía Galarza Vayas

Director de tesis

Dr. Edison Coba

Beneficiarios

La empresa beneficiada será Curtiduría Tungurahua S.A. de la Provincia de Tungurahua y el personal administrativo, financiero y de producción, puesto que a través de un control adecuado del cumplimiento de leyes y reglamentos, además de establecer indicadores eficientes y de calidad en los productos y servicios se logrará mejorar el crecimiento empresarial.

Ubicación:

Curtiduría Tungurahua S.A. está localizada en la provincia de Tungurahua en el sector del Parque Industrial, Tercera Etapa, Calle 8 s/n y F.

Tiempo estimado para la ejecución

Corresponde al periodo Octubre 2014-Marzo 2015.

Equipo técnico responsable

Tabla 0-47 Equipo Técnico Responsable

No	NOMBRE	CARGO
1	Ing. Gonzalo Callejas	Gerente General
1	Milton Cruz	Departamento de Calidad
1	Rina Armendáriz	Recursos Humanos
1	Erika Esparza	Contabilidad
1	Marco Buestan	Responsabilidad Social
1	Karem Galarza	Autora

Costo

Recurso Humano: Ciento sesenta y cinco dólares 00/100 (\$ 165,00)

Recurso Material: Seiscientos cuarenta y siete con noventa, 00/100 dólares (\$ 647,90).

6.2. Antecedentes de la Propuesta.

“En el mundo actual, la transparencia con que las empresas informan sobre su desempeño financiero es fundamental, pero las tendencias mundiales indican que ello ya no es suficiente. Las personas, agentes económicos, inversores, gobiernos y organizaciones en general están observando de cerca a las empresas, y se fijan cada vez más en su comportamiento en otras áreas, que van más allá de su rol económico y financiero tradicional. Buena parte de los

intereses de la actualidad se concentran en el comportamiento medioambiental y social de las empresas. Dicho comportamiento se ha convertido en uno de los principales activos de la reputación de las empresas frente a la sociedad, sus accionistas o socios, clientes y trabajadores” (Becchio, Heuer, & Zaballa, 2003).

“La problemática del Balance Social se inicia en la República Federal Alemana a partir de los años 1969-72, con motivo de una serie de publicaciones científicas en relación con la evolución en los EE. UU. y el intento de traspasar esta preocupación a la investigación europea. A este respecto deben señalarse las obras de Dierkes (1972-1973), Bartholomai (1973), Eichhorn (1974), entre otros” (Meinhold Dierkes, 1978).

“Sin embargo, un impulso significativo se produce en la práctica empresarial alemana con la publicación por la empresa STEAG del Balance Social correspondiente al ejercicio 1971/1972. A raíz de estos dos componentes iniciales se crea una intensa polémica, tanto científica como en la práctica, sobre el contenido y objetivo del Balance Social. Esta discusión se plantea junto con la interpretación de cuál es el papel que juega la empresa en la Sociedad” (Meinhold Dierkes, 1978).

Correa Jaramillo (2007) en su artículo nos dice: “Para comenzar a adentrarse en el tema de responsabilidad social empresarial, como tal, es importante ubicarse en la evolución histórica del concepto para entender e identificar, qué sucede frente al tema en la actualidad. Se parte, entonces, de un análisis evolutivo, integrado en fases, a saber”:

✓ **Fase inicial**

“Ocurrió durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; en este periodo no existe la Responsabilidad Social Empresarial como tal, ya que

las distintas instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones a los problemas sociales que pudieran plantearse” (Correa Jaramillo, 2007).

✓ **Fase primera**

“Se cristaliza en la primera mitad del siglo XX; en ella surge espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, y por ello éstas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales” (Correa Jaramillo, 2007).

✓ **Fase segunda**

“Se ubica en la segunda mitad del siglo XX, ya que la comunidad en general comienza a tomar conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó una presión para que el Estado interviniese imponiendo normas con el fin de gestar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales” (Correa Jaramillo, 2007).

✓ **Fase tercera**

“En la década de 1960, muchas organizaciones, instituciones y el Gobierno intentan encontrar un método para hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del Gobierno y de la sensibilidad de las empresas” (Correa Jaramillo, 2007).

“En este sentido, la empresa, el Gobierno y la sociedad se han ido interrelacionando, de tal forma que han ido cambiando sus papeles originales hacia actuaciones en las que las decisiones de los distintos

participantes no son independientes sino que suelen estar influenciadas, o incluso impuestas, por otros grupos sociales” (Correa Jaramillo, 2007).

Adicionalmente a las estructuras de las fases citadas anteriormente, se hace importante considerar la dinámica del cambio. Para confirmar lo expresado anteriormente, el profesor Austin (Dinero, 2000, pp. 65) de Harvard Business School, afirma:

“Hemos pasado de una filantropía tradicional, en la que se hacía un cheque para quien venía a «pedir», a una relación en la cual las empresas y las organizaciones no gubernamentales empiezan a pensar en cómo pueden interactuar para generar un valor agregado y un impacto social en el país o la comunidad. Las empresas tienen que evolucionar en el concepto de responsabilidad social empresarial y migrar hacia nuevos tipos de relaciones que van mucho más allá de la pura filantropía y que más bien se centran en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad” (Correa Jaramillo, 2007).

“El balance social es un instrumento destinado a dar mayor transparencia a las actividades empresariales y ampliar el diálogo de la organización con la sociedad. Contiene datos cuantitativos y cualitativos que pueden orientar la planificación del año siguiente, además de demostrar el rumbo de las actividades en el año anterior”, (Ethos, 2005).

El Libro Ethos (2005), nos dice que: es fundamental precisar:

- Si se contempla solamente la descripción de acciones sociales;
- Si los datos se publican con regularidad;
- Si el balance social integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas y si es incorporado a los soportes demostrativos financieros;

- Si el informe es fácilmente accesible, si tiene en cuenta las sugerencias de los *stakeholders* internos y externos y si es utilizado como herramienta de gestión en la planificación estratégica de la empresa.

“A los indicadores normalmente utilizados en el ámbito interno (características sociolaborales del personal, servicios sociales que la institución presta a sus empleados, integración y desarrollo de los mismos, etc.), se sumaron los que evidencian una mayor preocupación por evaluar la gestión de la organización en relación con la demanda de los sectores afectados por sus acciones en el ámbito externo (familia, comunidad, medio ambiente, otras entidades, etc.)” (Correa Jaramillo, 2007).

“Las normas sobre balance social en los años 60 y 70, por otro lado, fueron en general reactivas y se centraron más en obligaciones y prohibiciones que en aspiraciones o valores a realizar. Hoy en día se propone más un tipo de norma reflexiva que no obliga sino que impulsa a las empresas a ser proactivas y a reflexionar sobre sus prácticas. El período más activo fue el de los años setenta. En los ochenta, en cambio, no hubo evolución de este movimiento debido en parte a la coyuntura económica y a la primacía dada a los intereses de las empresas. La comunidad de negocios, por otro lado, no vio en el balance social una ayuda para mejorar la performance corporativa, sino la manera para que otros grupos de interés tuvieran la información necesaria para calificar a las empresas. La falta de capacidad del público de entender y apreciar este tipo de reporte bajó también la demanda de los mismos. En los noventa, se empezaron a difundir las auditorías ambientales. Debido a este hecho, surge en Europa un nuevo movimiento relacionado con las ventajas que implicaba a la empresa la publicación de este tipo de balance. En Latinoamérica, las principales

instituciones públicas y privadas de países como Chile, Brasil, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay publican anualmente sus balances sociales” (Correa Jaramillo, 2007).

EVOLUCIÓN DEL BALANCE SOCIAL

Tabla 0-48 Evolución Balance Social

Años	Origen del Balance Social
1920-30	Primeras acciones empresariales basadas en la caridad y en la filantropía.
1944	Declaración de Filadelfia sobre los principios de la OIT.
1953	H. R. Bowen, teorías para promover la RSE a través de cambios institucionales.
1960	Keith Davis, “ley de oro” para la RSE por la que ésta ha de ser acorde al poder social de las empresas.
1960-70	Desarrollo del modelo en Francia, se elaboraron metodologías de gran aplicación en el sector cooperativo.
1976	Raymond Louis, estudios para la OIT en demanda de un modelo de Balance Social Cooperativo como modelo de gestión y cuentas propias de socios. Origen de la Cuenta de Valor Agregado Cooperativo.
1976	Kolner Bank, banco cooperativo de Alemania inició la publicación de su balance social.
1977	Ley 77-769 de 12 de Julio de 1977 obliga la presentación de Balances Sociales Cooperativos (Francia).
1984	G. F. Martínez y A.L. Bialakowsky proponen un modelo de Balance Social con una visión contable financiera.
1985	Portugal y Bélgica aprueban una Ley para obligar a la presentación de Balances Sociales.
1986	Peter Druker establece las fronteras de la gerencia.
1987	Modelo de Balance Social de la OIT, ANDI y Cámara Junior de Colombia.
1990	Archie Carroll publica la pirámide de la responsabilidad social.
1990	Donna Wood establece los niveles de relación social en las empresas.
1995	Mugarra colabora con la ACI para elaborar un modelo de Balance Social tras haber diseñado la metodología a aplicar en MCC.
1996	El Co-operative Bank de Gran Bretaña ejemplo internacional por la elaboración de sus Balances Sociales.

1998	Modelo de Balance Social Cooperativo Integral diseñado por la Universidad de la Plata (Argentina).
1998	Primeros modelos de Responsabilidad Social elaborados por el Instituto Ethos en Brasil.
1999	Se presenta en Davos el modelo de Responsabilidad Social de las Naciones Unidas (Global Compact).
1999-2001	Los trabajos de A. Mugarra y la Universidad de la Plata se integran en la ACI para su modelo de Balance Social.
2000-1	Aparece la primera generación de indicadores de Balance Social de GRI, tras comenzar a trabajar en 1997.
2001	Libro Verde de la Unión Europea sobre la Responsabilidad Social.
2008	Modelo de Balance Social de Identidad Cooperativa (Antioquia-Colombia).
2013	Modelo de Balance Social Integral de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria de Ecuador.

Fuente: Mugarra (1995, 2001), García (2002), Louis (1976), Zabala (2008), Fernández, L., Geba, N., Montes, V., y Schaposnik, R., (1998), Vaca (2010), Pérez (2014).

6.3. Justificación.

En nuestro país se ha dado impulso a lo que es la Economía Social y Solidaria, es una nueva manera de llamarla a la economía de acuerdo con lo que estableció la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en el año 2013, es una manera distinta de hacer economía, en donde la producción, comercialización y distribución ya sea de bienes o de servicios no se está basando en la obtención de un lucro privado, sino más bien en las necesidades que existen en el entorno, asumiendo la responsabilidad en cuanto al manejo de los recursos naturales.

Es indispensable recalcar que las empresas dedicadas al tratamiento del cuero es importante aplicar indicadores cualitativos y cuantitativos para un mejor desempeño empresarial que permita un control constante y adecuado en cuanto al ambiente que se está generando dentro de las empresas dándonos como resultado un crecimiento en el mercado.

El modelo de Balance Social tiene por la importancia práctica que conlleva, y el aporte que brindará en los procesos productivos generando beneficios para Curtiduría Tungurahua S.A. en cinco aspectos como son:

- Económicos
- Legales
- Éticos
- Ambientales
- Filantrópicos

En la actualidad en un mercado competitivo, se vuelve necesario conocer un modelo de Balance Social Empresarial, mismo que las industrias internacionales y pocas nacionales ya están aplicando, indistintamente del giro al cual se dediquen las empresas.

De tal modo que esta investigación permitirá identificar el grado de adopción de actividades de Responsabilidad Social Empresarial en Curtiduría Tungurahua S.A., enfocándonos en gestiones relacionadas a promover la calidad laboral, el ámbito ambiental, el cumplimiento de leyes y normativas, entre otros, para que estén acorde a los lineamientos del Estado Ecuatoriano. A su vez se analizará la forma en que las compañías transmiten sus acciones y resultados como parte de su crecimiento empresarial, el grado de influencia que la compañía ha tenido al aplicar actividades de RSE.

6.4. Objetivos.

Objetivo General

Proponer el diseño de un modelo de balance social empresarial que permita establecer índices filantrópicos, éticos, legales, ambientales y económicos para mejorar el crecimiento empresarial en Curtiduría Tungurahua S.A. de la provincia de Tungurahua.

Objetivos Específicos

- Identificar indicadores filantrópicos, éticos, legales, ambientales y económicos para optimizar los recursos y ampliar el crecimiento empresarial de Curtiduría Tungurahua S.A. .
- Desarrollar informes que permitan conocer los resultados de los indicadores periódicamente y su incidencia en el crecimiento empresarial de Curtiduría Tungurahua S.A. .
- Ayudar a Curtiduría Tungurahua S.A. a conocer las ventajas que presenta informar sobre las actividades sociales, así como orientarla en el diseño de alternativas que permitan cumplir los requerimientos legales.

6.5. Análisis de Factibilidad.

Establecida la problemática de la investigación y el establecimiento de las causas que merecen la aplicación de un modelo de balance social empresarial, es oportuno efectuar un estudio de factibilidad para determinar los costos, beneficios y el grado de aceptación que la propuesta genera en Curtiduría Tungurahua S.A.. Este análisis permite determinar las posibilidades de diseñar el modelo de balance social empresarial y su puesta en marcha, los aspectos tomados en cuenta para este estudio fueron establecidos por áreas, las cuales se describen a continuación:

Ámbito Organizacional

La estructura organizacional que presenta Curtiduría Tungurahua S.A. facilita la implementación de un modelo de balance social, gracias a la debida organización jerárquica establecida en el departamento de Producción en el área de Calidad, quienes están relacionados directamente con el diseño e implementación de un modelo de balance social.

Además en Curtiduría Tungurahua S.A. a través de su personal existe la disponibilidad a brindar todas las facilidades organizacionales con la disposición de la información necesaria para el desarrollo de la propuesta planteada.

Ámbito Tecnológico

Con la finalidad de garantizar el buen funcionamiento del modelo de balance social, el mismo será desarrollado en forma estándar a los parámetros de gestión de calidad que existen en Curtiduría Tungurahua S.A.

Ámbito Ambiental

La necesidad y deseo de un cambio en el ámbito social, expresada por los usuarios y el personal involucrado con el mismo, llevó a la aceptación de un nuevo y novedoso modelo de balance social, que de una manera adecuada y amigable, cubra todos los requerimientos y expectativas de gestión ambiental, regulando y controlando de mejor manera la reputación de la industria, evitando desperdicios, y logrando que los mismos no afecten al medio ambiente.

Ámbito Social

Así mismo al ejecutar el modelo de balance social propuesto, se aprovechará los beneficios que éste ofrece a todos los usuarios involucrados con el mismo, ya sean los que interactúan en forma directa con éste, como también aquellos que reciben información producida por el modelo de balance social.

Por otra parte, el modelo de balance social contribuirá a aumentar la reputación y crecimiento empresarial de Curtiduría Tungurahua S.A., el control, la comunicación, contribuirá a obtener una ventaja competitiva

La propuesta se regirá a la normas que dictaminé la Ley de Régimen Tributario Interno, así como a la Ley de la Superintendencia de Compañías y Normas Internacionales de Información Financiera.

Aspecto Económico

Realizando una evaluación entre el modelo de balance social y los beneficios que se derivan de éste, se observa de una manera más precisa las bondades del modelo propuesto.

Ante este lineamiento, la finalidad del modelo de balance social es garantizar la reputación y crecimiento empresarial de Curtiduría Tungurahua S.A, a su vez que éste impactará en forma positiva a los usuarios de la empresa, será Curtiduría Tungurahua S.A. quien destine los recursos necesarios para desarrollar, implantar, y mantener en operación el modelo programado.

6.6. Fundamentación.

“El concepto de responsabilidad social está relacionado con el de estado de bienestar que tiene antecedentes tan antiguos como la civilización china, o sea, no es algo nuevo en nuestro contexto, ya que siempre han existido empresarios "humanistas" capaces de generar ganancias pero cuidando del bienestar social de sus trabajadores. Por desgracia, consideramos que este tipo de empresario es la minoría, que coexiste con otro conjunto que tiene como objetivo la rentabilidad a toda costa, aunque esto se alcance en base a violaciones de la ética y la deshumanización del trabajo. Lo primero es tener claro que toda empresa es un "ente social", ya que sólo por ser fuente de empleo y contribuir con sus impuestos al estado está generando riqueza social. De esta manera, la empresa tiene como responsabilidad esencial producir mercancías o servicios para satisfacer las

necesidades sociales, pero este proceso no se puede llevar a cabo sin cumplir con otras obligaciones éticas como pueden ser el cuidado de la Seguridad y Salud del Trabajo y del medioambiente. Para aplicar esta estrategia con éxito, el empresario debe estar convencido que tiene que desempeñarse con ética, ya que este sistema está impregnado de valores morales, que son fáciles de violar y difíciles de controlar.” (Prieto Fernández & García Machín, 2012)

Por esta razón al proponer el diseño de un modelo de balance social empresarial en Curtiduría Tungurahua S.A., se pretende el control en cinco aspectos: económico, legal, ético, ambiental y filantrópico, iniciando con una plantilla de indicadores los mismo que serán aplicados interna y externamente hacia el personal de la empresa y posterior a esto un análisis e interpretación de los datos obtenidos; así como un detalle de las fortalezas y metas cumplidas durante el ciclo contable 2012-2013 y 2013-2014 que posee la empresa en Responsabilidad social y crecimiento empresarial.

Balance Social

En palabras de Verónica Montes (2014) “Es un instrumento, una herramienta de gestión social que permite evaluar las organizaciones cooperativas y se da cumplimiento a la responsabilidad y accionar social que las mismas deben asumir y responder por ser distintas a otras organizaciones.”

Los componentes que intervienen en el Balance Social son:

“Son siete, fundamentalmente porque son universalmente reconocidos se analizan desde la perspectiva de saber cómo se encuentran esos principios en las organizaciones cooperativas para saber si están cumpliendo y trabajan de una manera objetiva, porque, si no lo hacen

los resultados van hacer analizados según las perspectiva de cada uno” (Montes, 2014).

Indicadores visibles en el Balance Social:

“Nosotros trabajamos con indicadores para cada principio, establecemos los indicadores que son necesarios para saber si la organización cooperativa está gestionándose como tal, a partir de allí, el modelo que desarrollamos es flexible para cada institución, puede agregar según su esquema de trabajo, compromiso, misión, visión o incorporar otros indicadores, elaboramos alegados de los modelos contables es una propuesta de modelo no contable, realizamos para medir los principios cooperativos, adicionamos una temática que tiene que ver con la contabilidad por objetivos, en donde la institución puede presupuestar su accionar social a la par con lo económico financiero, y conocer cómo se ha cumplido” (Montes, 2014).

Se puede decir que el balance social se complementa con el balance financiero.

“Sí, se debe trabajar de manera complementaria para tomar decisiones más adecuadas en las instituciones, que va marcar el rumbo de la organización, además, debe hacerse de manera continua, lo contrario no permitirá obtener los objetivos. En la implementación lo ideal es empezar de a poco e ir lo mejorando gradualmente” (Montes, 2014).

**Modelos de Balance Social o Informes de Responsabilidad Social
Empresarial**

Modelos de Balance Social o Informes de RSE	Aporte al proceso metodológico del BS de la SEPS
Global Compact de Naciones Unidas	Metodología principalmente desarrollada por medio de indicadores cualitativos que vienen a poner de manifiesto la importancia de éstos dentro de un modelo de Balance Social.
OIT-ANDI	Su aporte más significativo para nuestro modelo es la del “cuadro de balance social” mediante el cual se intenta medir la actuación de la entidad con respecto a una programación inicial del ejercicio, reseñándose la necesidad de programar la actuación y el establecimiento de unas metas o logros como base de una herramienta de gestión que acaba siendo el Balance Social.
Global Reporting Initiative (GRI)	Su principal aporte metodológico, además de la gran cantidad de indicadores que posee y que pueden ser de utilidad, es sin duda el uso y combinación de indicadores cualitativos y cuantitativos en pro de una mejor medición. Así mismo, el modelo se puede entender con una

	<p>conjunción de diversas propuestas metodológicas, lo cual nos da pie a utilizar ese mismo proceso y hacer una conjunción de aquellos aspectos que consideremos necesarios para nuestro desarrollo metodológico.</p>
Instituto ETHOS	<p>Metodológicamente el modelo que elabora el Instituto Ethos nos aporta un elemento de gran importancia para nuestro modelo como es la elaboración de los indicadores de profundidad y los binarios. Si bien nuestro proceso de elaboración de indicadores aún no está finalizado, sí que destacaremos que mediante esta propuesta eliminamos gran parte de la carga subjetiva que poseen algunas encuestas por medio de las respuestas cerradas.</p>
Balance Social de la Alianza Cooperativa Internacional	<p>Para la confección de nuestra metodología este modelo nos ha suministrado todo lo relativo a la medida de los principios internacionales del cooperativismo, bien sea los aportes en términos de definiciones de dimensiones, o en términos de indicadores.</p>
Balance Social de Identidad Cooperativas (Antioquia)	<p>El principal aporte que nos hace el presente modelo al desarrollo metodológico es el de considerar dentro de éste todos aquellos</p>

	<p>aspectos endógenos de la EPS y SFPS que consideremos necesarios destacar aunque para ello debamos crear nuevas dimensiones y en nuestro caso macro dimensiones.</p>
<p>Confederación Alemana de Cooperativas (DGRV)</p>	<p>Su aporte al proceso metodológico se realiza principalmente a través de la utilización de indicadores diseñados para los informes de responsabilidad social.</p>
<p>Balance Social Cooperativo Integral Univ. de La Plata</p>	<p>El desarrollo metodológico del modelo de La Plata tiene un importante valor agregado como es la intencionalidad de no confeccionar un modelo complejo y que sea de fácil utilización. De modo que sin caer en el simplismo se toma esa nota para incluir en el proceso metodológico.</p>

Fuente: Metodología Balance Social SEPS, Pérez (2014).

Desarrollo metodológico y modelo de Balance Social desarrollado por la SEPS.

Principios ACI (7)	Principios de LOEPS (8)	Principios Buen Vivir (10)
Membresía abierta y voluntaria.	Búsqueda del Buen Vivir y del Bien Común	Unidad en la diversidad
Control democrático de los miembros.	Prelación del trabajo sobre el capital y los Intereses colectivos sobre los Individuales	Ser humano que desea vivir en sociedad
Participación económica de los miembros.	Comercio justo, ético y responsable	Igualdad, Integración y cohesión social
Autogestión e independencia.	Equidad de género	Cumplimiento de derechos universales y la potenciación de las capacidades humanas
Educación, formación e información.	Respeto a la identidad cultural.	Relación armónica con la naturaleza
Cooperación entre cooperativas.	Autogestión	Convivencia solidaria, fraterna y cooperativa
Compromiso con la comunidad	Responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.	Trabajo y un ocio liberadores
	Distribución equitativa y solidaria de excedentes.	Reconstrucción de lo público
		Democracia representativa, participativa y deliberativa
		Estado democrático, pluralista y laico

Grafico 50 Desarrollo metodológico y modelo de Balance Social desarrollado por la SEPS.

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

En palabras de Gil Fisa: Los principios en que debería sustentarse la elaboración de un balance social son los siguientes:

1. Participación de los trabajadores/as: el balance social no puede limitarse a la reacción positiva, pero unilateral de la dirección de la empresa, sino que su verdadero interés radica en el hecho de que el contenido del mismo sea sistemáticamente intercomunicado e incluso co-formulado por los diferentes ámbitos sociales de la empresa. Ahí radica también su capacidad motivadora.

2. Sistema de valores: el balance social habría de registrar el sistema de valores culturales y sociales de la empresa bajo un patrón universal de referencia. A través de ese sistema de valores (salud, seguridad, justicia social, poder, autorrealización, etc.), enraizado en el contexto de la

sociedad en el que se desenvuelve la empresa, se configura una determinada "cultura de empresa" que dicho balance trata de evaluar.

3. Costes sociales: El balance social debería aportar información que permitiera:

- Velar porque los recursos humanos sean gestionados con la misma atención y el mismo rigor que los recursos financieros.
- Prevenir la infrutilización del potencial de experiencia, conocimiento, competencia y de innovación de la empresa.
- Detectar los costes sociales excesivos y, sobretudo, los costes ocultos de la empresa.
- Prevenir los riesgos sociales.

4. Garantizar la calidad de la información: Una empresa no puede estar gestionada y dirigida si no posee un sistema de información social satisfactorio. La eficacia de un sistema de información tiende al hecho de que los datos estén reagrupados de forma racional y que el acceso a la información se efectúe con facilidad. Características que debería reunir, un balance social.

Características del Balance Social.

IDEA (2001), estable las siguientes características del balance social:

- Contienen declaraciones de principios y valores a los que adhiere cada organización.
- Prima en ellos la forma literal o narrativa, aún en aquellos aspectos cuantificables.
- Es excepcional la comparación con lo realizado en el mismo ítem en años anteriores.
- La revelación de situaciones negativas es escasa o directamente nula

- Muestran una tendencia creciente en el compromiso de protección al medio ambiente y en el uso eficiente de los elementos naturales.
- La presentación está fundamentalmente enfocada hacia el marketing social.

Elementos del balance social

“Tomando como base de nuestra propuesta los diferentes tipos existentes, se plantea un modelo de balance social que permita el análisis pormenorizado de los diferentes aspectos que determinan los temas clave del contexto social en el que se ubican las empresas. Tales temas clave, tanto por su propia entidad, que permite un tratamiento individual de los mismos, como por su carácter globalizador del citado contexto social, pueden ser clasificados de la siguiente forma: (Gil Fisa)

- Empleo.
- Remuneraciones.
- Salud laboral.
- Organización del trabajo.
- Desarrollo de los recursos humanos.
- Medio ambiente.
- Programa de acción social.

Indicadores

“Herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos, son medidas verificables de cambio o resultado diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas, facilitan el reparto de insumos, produciendo productos y alcanzando objetivos” (Mondragón, 2002).

“Los Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria, fueron creados como una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de la empresa en lo que se refiere a la incorporación de prácticas de responsabilidad social empresaria (RSE), a la planificación de estrategias y el monitoreo del desempeño general de la empresa. Se trata de un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno” (Empresaria, 2005).

Indicadores Económicos

Carroll (1991) menciona que son la responsabilidad fundamental de la empresa. La empresa debe estar orientada a producir bienes y servicios que la sociedad desee y venderlos a la misma a un precio justo.

López y Gentile (2000), señalan que miden la cantidad, que puede venir expresada en unidades de peso (toneladas, etc.) o en días, o en número de personas, etc. El precio, coste monetario de una unidad de cantidad. El valor, que se obtiene multiplicando el precio por la cantidad.

“Radica no solo en que son elementales para evaluar, dar seguimiento y predecir tendencias de la situación de la empresa en lo referente a la cuestión económica, sino que también son necesarios para valorar el desempeño de cada uno de los programas planteados, encaminados a lograr el cumplimiento de las metas y objetivos fijados” (López & Gentile, 2000).

Crecimiento en ventas

AECA (1996), menciona que el crecimiento de la empresa representa el desarrollo que está alcanzando la misma, manifestada tanto por el incremento de las magnitudes económicas que explican su actividad como por los cambios observados en su estructura económica y organizativa.

Indicadores Legales

Carroll (1991), menciona que conlleva al cumplimiento de todas las leyes y regulaciones. Se han creado leyes y reglamentos bajo los cuales la empresa, como integrante de esa sociedad, se espera que desarrollen sus actividades correctamente dentro del marco de los requerimientos legales pertinentes.

“Es la introducción de normativas legales que obliga a la empresa a cumplir con las regulaciones legales y obligaciones con sus trabajadores, accionistas, clientes y proveedores. Dentro de un marco legal cumpliendo con la legislación vigente” (Prado, Flores, Pratt, & Ogliastri, 2004).

Indicadores Éticos

“Comportamientos y actividades que, a pesar de no estar codificados en forma de leyes, la sociedad, espera que las empresas cumplan con rigor. Esta área es una de las más difíciles con las que se enfrentan las empresas, dado que, en definitiva, las responsabilidades éticas constituyen esa área en la que la sociedad espera ciertos resultados, pero que no han sido aún articulados en forma de leyes, ni existe voluntad de hacerlo” (Carroll, 1991).

Competencia Legal

“Proceso normativo mediante el cual varios asesores generan y evalúan listas de características que distinguen a los directivos excelentes, a partir de las cuales se elabora una lista de las competencias generales que son características de distintas categorías de puestos de gestión. Esta lista se denomina modelo de competencias y puede servir de marco de referencia para evaluar y formar a los directivos. Aplicando esta metodología a la selección y al desarrollo de la capacidad de directivos, proveedores y clientes se crea el

método utilizado por los centros de evaluación de la gestión” (Mulder, 2007),

Indicadores Ambientales

“El respeto al medio ambiente por parte de las organizaciones debe reflejarse no sólo por el cumplimiento de los requisitos legales, sino también por las expectativas de los stakeholders respecto a las contribuciones de las empresas a la sociedad y al medio ambiente. En definitiva, las organizaciones tienen que aportar al medio ambiente lo que se espera de ellas en términos de RSE y no sólo en términos legales, cuidando así los elementos vitales como el agua, aire y suelo” (Epstein, 2001); (Smith, 2003).

Accidentes medioambientales

García (2005), menciona que “los accidentes ambientales se pueden definir como eventos inesperados que afectan, directa o indirectamente, la seguridad y la salud de la comunidad involucrada y causa impactos en el ambiente”.

Los accidentes ambientales se pueden clasificar en dos tipos:

Desastres naturales: Son las catástrofes provocadas por fenómenos de la naturaleza. En la mayoría de los desastres de este tipo no interviene la mano del hombre. En esta categoría están incluidos los terremotos, maremotos, huracanes, etc.

Desastres tecnológicos: Son las catástrofes provocadas por las actividades realizadas por el hombre, tales como los accidentes nucleares, las fugas de sustancias químicas, etc.

Materiales Reciclados

González (2008) manifiesta que: “La utilización de desperdicios o materiales para la re fabricación del mismo producto o la elaboración de productos nuevos”..

“El reciclaje como proyecto político satisface a los votantes, calma la conciencia ecologista de la sociedad de consumo y materialista. Pero paradójicamente, no parece que a esta misma sociedad le llame la atención comprar productos reciclados, y no todo lo que se desecha es reciclable” (Cainrncross, 1996).

“Sin embargo, los programas ambientales parecen centrarse en la valorización de los residuos sólidos donde el reciclaje es la herramienta por excelencia. Las iniciativas ambientales con base en una herramienta como lo es el reciclaje tienen una base conceptual fuerte: el planeta tiene recursos limitados y no hay que desperdiciarlos” (Boada, 2003).

Indicadores Filantrópicos

“La decisión de asumir responsabilidades de este tipo es impulsada exclusivamente por el deseo de contribuir voluntariamente a la solución de algunos problemas sociales, sin atender a reglamentaciones de ningún tipo, ni a ningún mandato formal de carácter ético. Se trata de una responsabilidad deseable por parte de la sociedad” (Carroll, 1991).

Donaciones

“Es uno de los contratos más generosos que requiere ser analizado cuidadosamente, pues muchos no conocen los efectos del mismo, que al final puede ocasionar perjuicios en la familia o en el propio donatario o beneficiario” (Burkardt, 2005).

En términos de Ibídem “La donación está definida en nuestro Código Civil como un contrato por el cual una de las partes llamada donante se obliga

a transferir a la otra parte, llamada donataria, la propiedad de un bien en forma gratuita”.

6.7. Metodología Modelo Operativo.

Identificar indicadores económicos, éticos, legales, filantrópicos y ambientales de la empresa y la utilización de los recursos materiales y económicos para mejorar el crecimiento empresarial de una empresa.

DIFERENCIA EN LOS AÑOS 2012 Y 2013			
	INDICADOR	VALOR	PORCENTAJE
ECONÓMICO	Inversión Propiedad Planta y Equipo	\$ 1.077.487,66	21,56%
	Proveedores Nacionales	\$ 602.930,48	35%
	Proveedores Internacionales	\$ (14.946,06)	-2%
	Participación a trabajadores	\$ 28.649,69	38%
	Utilidades	\$ 190.997,97	38,37%
SOCIAL	Rotación de Turnos de Trabajo	2 turnos	
	Sueldos y salarios	\$ 140.883,08	18,89%
	Inversión capacitaciones	\$ 12.500,00	35%
	Residuos de la piel	\$ 46.500,00	42%
	Bienestar laboral	40%	
MEDIO AMBIENTAL	Contaminantes (pelo animal)	-40%	
	Siembra de arboles	\$ 87.000,00	55%
	Agua (Ph)	0,2	-2,35%
	Agua (Dureza)	265	76,81%
	Agua (Turbidez)	2,2	73%
	Energía Eléctrica	\$ 7.714,93	6,74%

Fuente: La Autora
Elaborado por: Galarza K.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2012-2013



PROPUESTA:



La presente investigación se trata de responsabilidad Social Empresarial y de manera específica a los elementos de gestión empresarial que son Sociales, Medio Ambientales, Económicos.

Se realiza una propuesta de un diseño de balanza o informe de sostenibilidad para el sector curtiembre de la zona de Planificación 3 del Ecuador, el mismo que se encuentra basado en la curtiduría Tungurahua.



CURTIDURÍA TUNGURAHUA



Dirección:

Curtiduría Tungurahua se encuentra ubicada en el Parque Industrial Ambato, Tercera etapa calle 8 y F.

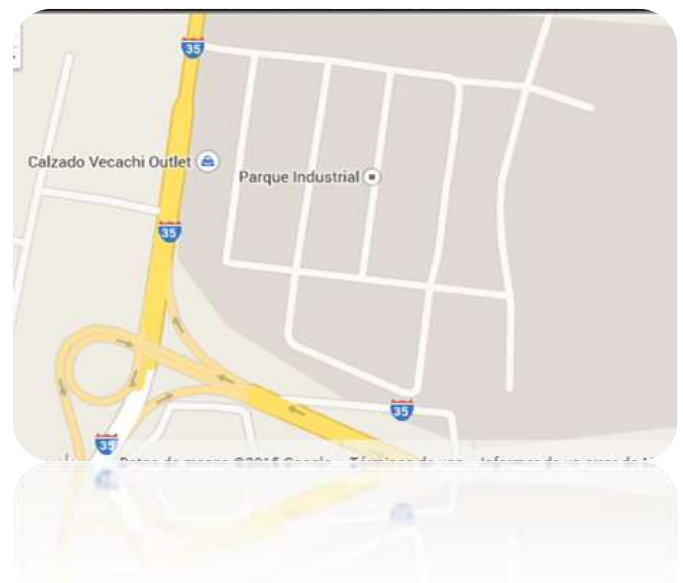
Teléfonos:

(593)32434141 / 32434170 / 32434037 / 32434172

Correo electrónico:

www.ctu.com.ec

info@ctu.com.ec





MENSAJE DEL DEPARTAMENTO DE RSE.

Las empresas dedicadas a brindar bienes y servicios a la comunidad están comprometidas no solo a dar información sobre su estabilidad empresarial, sino van más allá de no solo cumplir con lo que la ley impone, es decir buscamos ser más responsables con las actividades que realizamos, es por ello que Curtiduría Tungurahua, ve necesario fomentar una cultura de inversión en el ambiente.

Curtiduría Tungurahua busca ser eficiente y eficaz en la parte ambiental y social para que de ésta manera nuestra empresa, sea reconocida por las iniciativas que han sido fomentadas; estamos esforzándonos para actuar con integridad, y sobre todo motivar y concientizar a nuestra familia empresarial, lo que queremos ser.

Las sugerencias de parte de nuestros trabajadores, son ideas constructivas, ya que ellos son nuestro principal recurso, y son quienes que con su dedicación y esfuerzo hemos logrado alcanzar nuestros objetivos, es por ello que velamos por el bienestar laboral, de cada uno.

**Cordialmente:
Ing. Marco Buestan
DPTO. RSE.**

CARTA DEL GERENTE



Somos una empresa 100% ecuatoriana que se ha mantenido durante 75 años haciendo lo que nos apasiona trabajar con cuero. Mantenemos un importante compromiso con lo que hacemos, lo cual nos ha llevado a construir una fuerte relación con nuestros clientes durante estos 75 años de entrega y tradición. Hacemos cuero y nos encanta hacerlo, quienes nos conocen saben que en Curtiduría Tungurahua, innovamos, crecemos nos fortalecemos y vivimos para nuestros clientes.

Nuestro compromiso:

- ✓ Nuestros productos y procesos no representan riesgo alguno a la salud de nuestra gente, clientes y trabajadores.
 - ✓ Amamos la naturaleza por esa razón nosotros mitigamos todo impacto en el medio ambiente.
 - ✓ Cumplimos con todo requisito legal y técnico; somos conocidos por nuestra ética y responsabilidad, tanto a nivel nacional como internacional.
 - ✓ El personal de la empresa es nuestra mejor inversión, en Curtiduría Tungurahua estamos comprometidos a desarrollar competencias para cada puesto de trabajo.
 - ✓ Siempre estamos buscando la manera de hacer mejor las cosas
- Te invitamos a que nos conozcas y te contagies de nuestra energía positiva.

Cordialmente:
Ing. Gonzalo Callejas.
GERENTE GENERAL

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN



BIENVENIDOS A NUESTRA FAMILIA

La familia Curtiduría Tungurahua cuentan con empresas filiales mismas que comparten la filosofía de productividad, optimismo, propia de Curtiduría Tungurahua.

Quimicurtex, Imcalvi, y Quimitech, empresas dedicadas a la comercialización y distribución de productos químicos para la industria, tienen presencia en el mercado desde hace 12 años y han logrado consolidarse como una de las principales fuentes de abastecimiento industrial en la región.



EL AUGURIO

CT

Queremos compartirle la **FORTUNA Y FORTALEZA** que representan nuestros íconos: El toro y el buey

FORTALEZA

La escultura representa a un toro, el símbolo del optimismo, agresividad y prosperidad financiera; flexionado en sus patas delanteras y con la cabeza ligeramente agachada como si estuviese a punto de embestir.

Esta escultura, una de las obras más fotografiadas, se ha convertido en un destino turístico en el Distrito Financiero en el que se sitúa (Bowling Green cerca de Wall Street). Además, ha pasado a ser de forma no oficial el símbolo del Distrito Financiero, y muchas veces se habla de él en los medios otorgándole siempre aires de optimismo y de prosperidad económica.



FORTUNA

Simboliza el éxito, la abundancia y la acumulación de riqueza.

Los bueyes son constantes, criaturas honestas, amables y confiables. La paciencia y el trabajo duro traen el éxito al Buey. El Buey trae buena suerte en las inversiones, los negocios, la bolsa de valores, su carrera, o en cualquier situación financiera.

Como emblema de la primavera, el buey representa cosechas abundantes, felicidad, buenas noticias y signos de un próspero año por delante.

MISIÓN.

Somos una empresa con más de 70 años en el mercado, productores de cuero para el calzado, marroquinería y afines, comprometidos con la calidad y el servicio post-venta. Atendemos de forma personalizada el mercado ecuatoriano e internacional, con una infraestructura moderna, talento humano calificado y actuando con responsabilidad social y ambiental

Ser referente en la producción y comercialización de cuero para el mercado ecuatoriano e internacional, valorando la lealtad de nuestros clientes y trabajando con Responsabilidad Social y Ambiental.

VISIÓN.

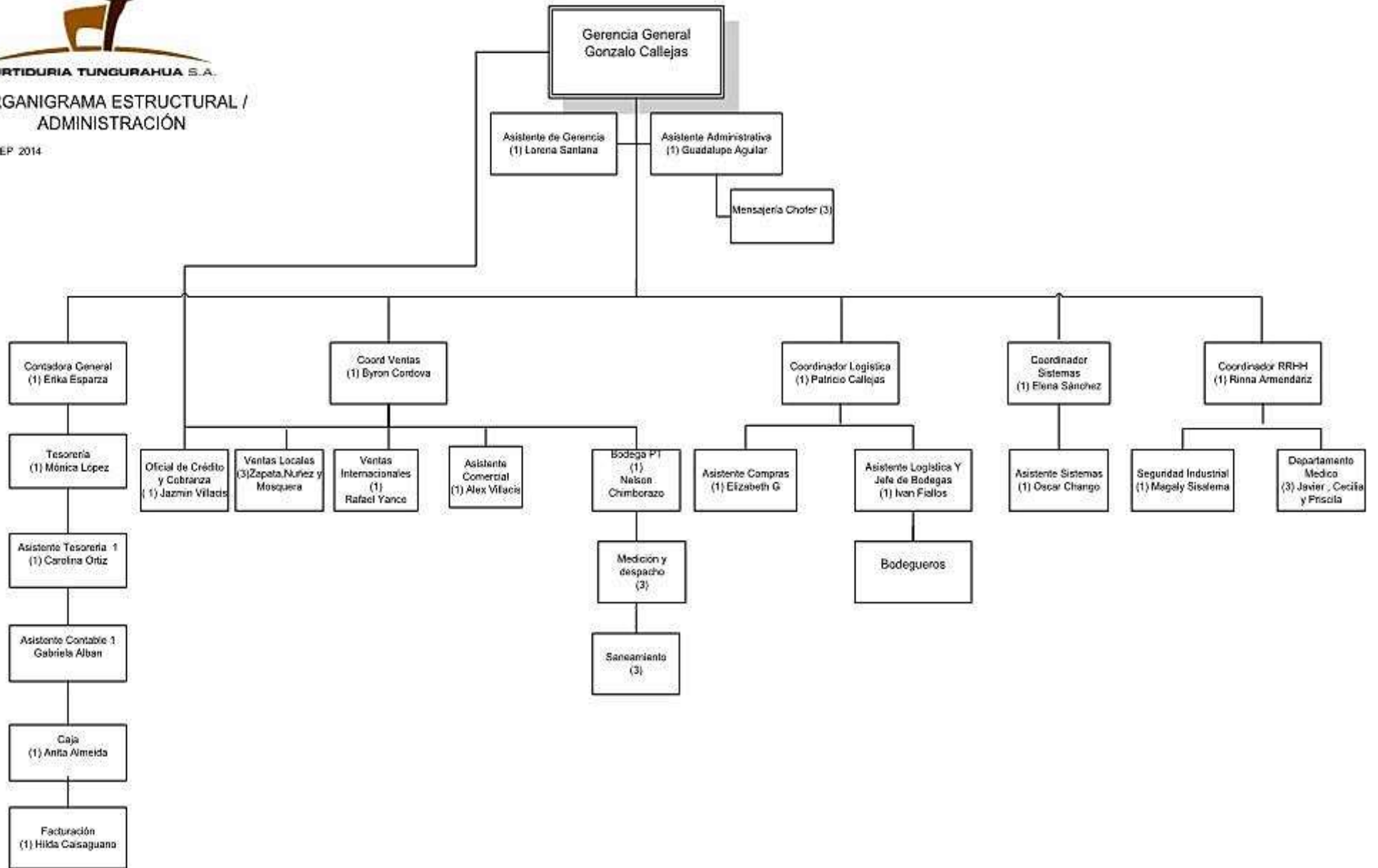
VALORES CORPORATIVOS

- Actitud positiva y proactiva
- Solidaridad
- Compromiso y lealtad
- Responsabilidad
- Seriedad
- Fidelidad
- Ética
- Justicia
- Puntualidad
- Estricto cumplimiento de la ley
- Transparencia
- Innovación
- Integración
- El cliente como razón de ser



**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL /
ADMINISTRACIÓN**

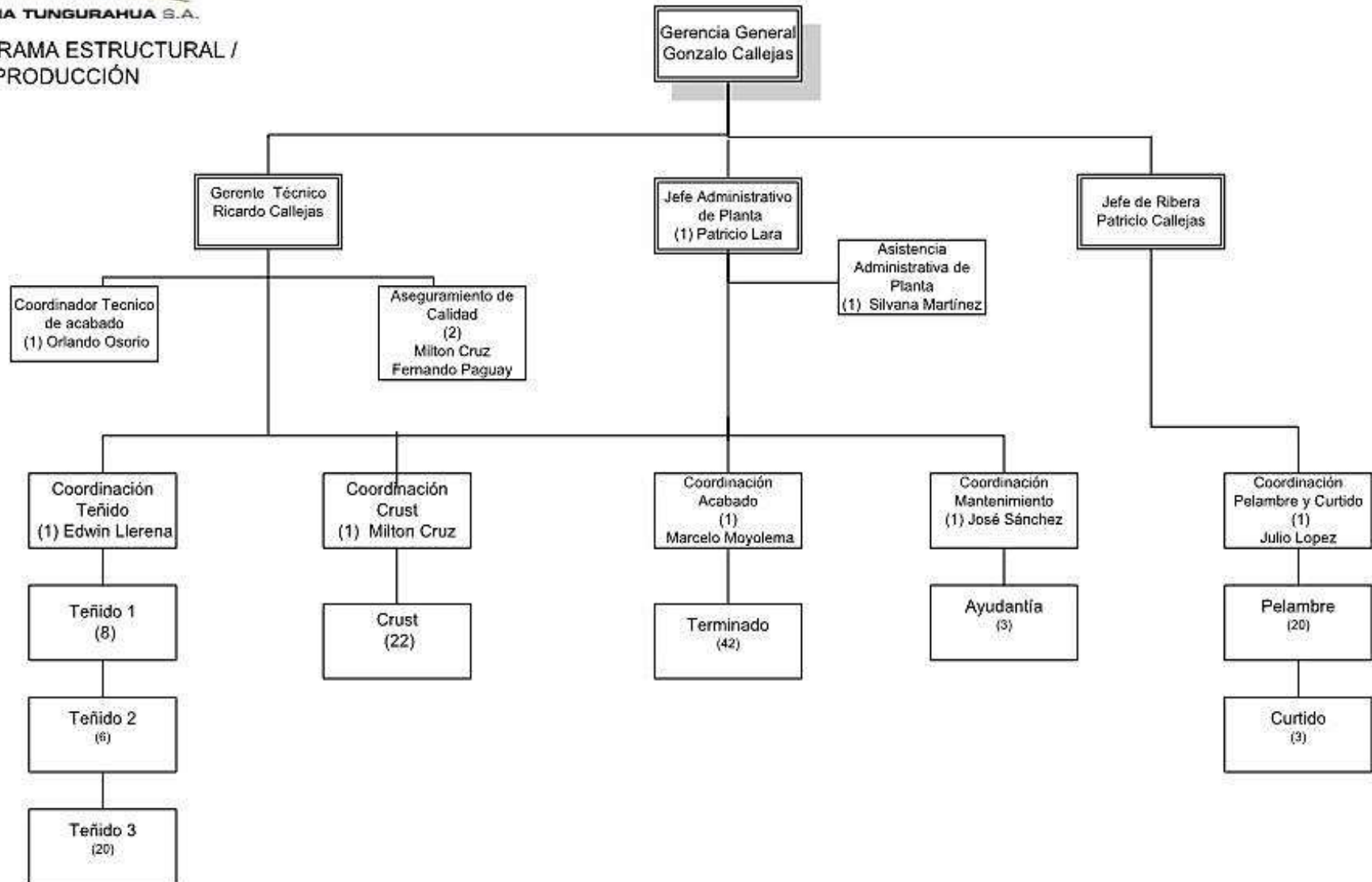
SEP 2014





**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL /
PRODUCCIÓN**

SEP 2014



Curtiduría Tungurahua S.A. actualmente cuenta con 187 trabajadores distribuidos, en la parte administrativa y en la parte operaria.



**Régimen de
funcionamiento: 16
horas/día, 22
días/mes, 12
meses/año**



Curtiduría Tungurahua no solo se ha dedicado a comercialización nacional, más bien ha buscado abrirse campo en el área internacional, es por ello que sus productos son distribuidos en diferentes lugares del mundo tales como: Italia, España, El Salvador, China, Guatemala, Portugal, Hong Kong, EEUU, Colombia, Perú, Rusia, India, Marruecos, Francia.



Nos diferenciamos en:



- ☞ Nuestra capacidad, tenemos la infraestructura más grande del país para poder ofertar más de 24,000 pieles mensuales.
- ☞ Tecnología, maquinaria y procesos modernos.
- ☞ Nuestro Capital Humano, gente que ama su trabajo y que vive por sus clientes.

- ☞ Profesionalismo y seriedad en los negocios.
- ☞ La forma en que realizamos nuestro trabajo, con innovación, pasión y responsabilidad.
- ☞ Calidad garantizada.

Somos lo que buscas:

En Curtiduría Tungurahua constituimos como nuestro principal eje de trabajo es “ESCUCHAR A NUESTROS CLIENTES”, de esta forma estamos seguros de ofrecerte lo que necesitas.



- ☞ Varias líneas de cuero (delgado, clásico, de seguridad industrial).
- ☞ Asesoría personalizada en procesos.
- ☞ Calidad garantizada por nuestro laboratorio de control.
- ☞ Calidad internacional.
- ☞ Infraestructura moderna.



PRODUCTOS QUE OFRECEMOS

WET BLUE



El cuero curtido que ofrecemos es especial, diferente, el mejor; debido a que nuestros procesos garantizan rendimiento y calidad gracias al contenido de sal de cromo curtiente, PH y resistencias físico químicas propias del producto. Una etapa importante en donde el cuero semielaborado se comercializa en todo el mundo.

CRUST



El cuero semiterminado de Curtiduría Tungurahua está diseñado para cada gusto o necesidad de nuestros clientes, por eso ofrecemos diversas líneas de producto, colores y espesor. Este producto es adecuado para la elaboración de varios artículos de acuerdo al requerimiento.

PRODUCTO TERMINADO (PT)



El cuero, por ser un material fácil de trabajar, permite elaborar una gran variedad de artículos y prendas de vestir, para damas, caballeros y niños. Y gracias a la experiencia y tecnificado proceso de transformación de la piel bovina que realizamos a diario en Curtiduría Tungurahua, obtenemos un producto terminado apto para confección de calzado, carteras, bolsos, y muchos otros productos, todo esto de acuerdo a las exigencias y requerimientos del mercado actual.

CLASIFICACIÓN PRODUCTO TERMINADO

PT CALZADO INDUSTRIAL



- Nuestro cuero está especialmente diseñado para la protección y seguridad
- personal, cumpliendo altas exigencias como una estructura resistente, blandura,
- alto alargamiento, estabilidad contra el color de rayos, y frente una acción de
- productos químicos.
- Esta elaborado para durar, hemos puesto toda nuestra inversión para lograr un
- producto de excelente calidad y con la resistencia necesaria para la producción
- de calzado de seguridad industrial o de trabajo.

PT CASUAL



- Sabemos lo importante que es la moda para nuestros clientes, por ello en CT
- elaboramos cuero especial para calzado casual, permitiendo diseñar modelos
- para líneas urbanas, deportivas entre otras variedades que están acorde a las
- exigencias actuales y buscando siempre la comodidad, y calidad extrema en
- textura y material.
- Destacamos en nuestro cuero variedad de colores, suavidad del producto al tacto
- y al momento de trabajar, los cuales hacen que este calzado sea apto para el día
- a día, el trabajo, el colegio y diversión.

FORMAL



- La belleza del estilo clásico en un producto donde la característica natural del
- cuero es aprovechada para diseñar un tipo de calzado elegante para damas,
- caballeros y niños, elaborados con materia prima de alta calidad y diseño que
- brindan confort y suavidad.
- Para CT es importante que nuestros clientes se sientan satisfechos, por esta razón
- el cuero se elabora de acuerdo a los requerimientos y necesidades que cada uno
- de ellos.

ESCOLAR



- Al elegir un calzado escolar una de las características fundamentales es su
- comodidad, por ello en CT nos esforzamos por elaborar un producto suave que
- permita mayor confort y adaptabilidad del pie al momento de caminar.
- Debido al uso que se le da a este calzado, para nosotros es importante diseñar un
- cuero que aporte protección y sujeción del pie, permitiendo mayor durabilidad en
- cada paso.

MARROQUINERIA



- Disponemos de una gama de cuero con un acabado especial para la confección
- de artículos como: billeteras, monederos, estuches, cinturones, carteras, bolsos,
- etc. Destacamos en todos nuestros productos una buena solidez para evitar que se
- ensucien por transferencia de color y/o estabilidad de forma.
- Es importante para nosotros ofrecer también una variedad de colores en cuero
- acorde con las tendencias de moda actual para el diseño y elaboración de todo
- tipo de artículos de marroquinería.

CALIDAD EN CURTIDURIA TUNGURAHUA.

Creamos nuestro laboratorio con el fin de garantizar lo más preciado para un cliente: LA CALIDAD DE UN PRODUCTO.

En nuestro laboratorio hacemos ensayos físicos al cuero; con un plan de certificación a mediano plazo, el mismo que garantiza un producto en donde se comprueba y valida las propiedades como: hidrofugación, ruptura de la flor, resistencia al desgarro, elongación y tracción, humedad, flexión y anclaje del acabado.

Todo este trabajo nos permite certificar a nuestros fabricantes con la CALIDAD CT para que el consumidor pueda identificar que su calzado está realizado con el mejor cuero.

Se puede observar la evolución de los procesos de producción, apreciando un equilibrio entre los años 2006 y 2012; llegando al 2013 con un despegue definitivo con un 38,1% de producción anual, siendo esto un éxito para Curtiduría Tungurahua.



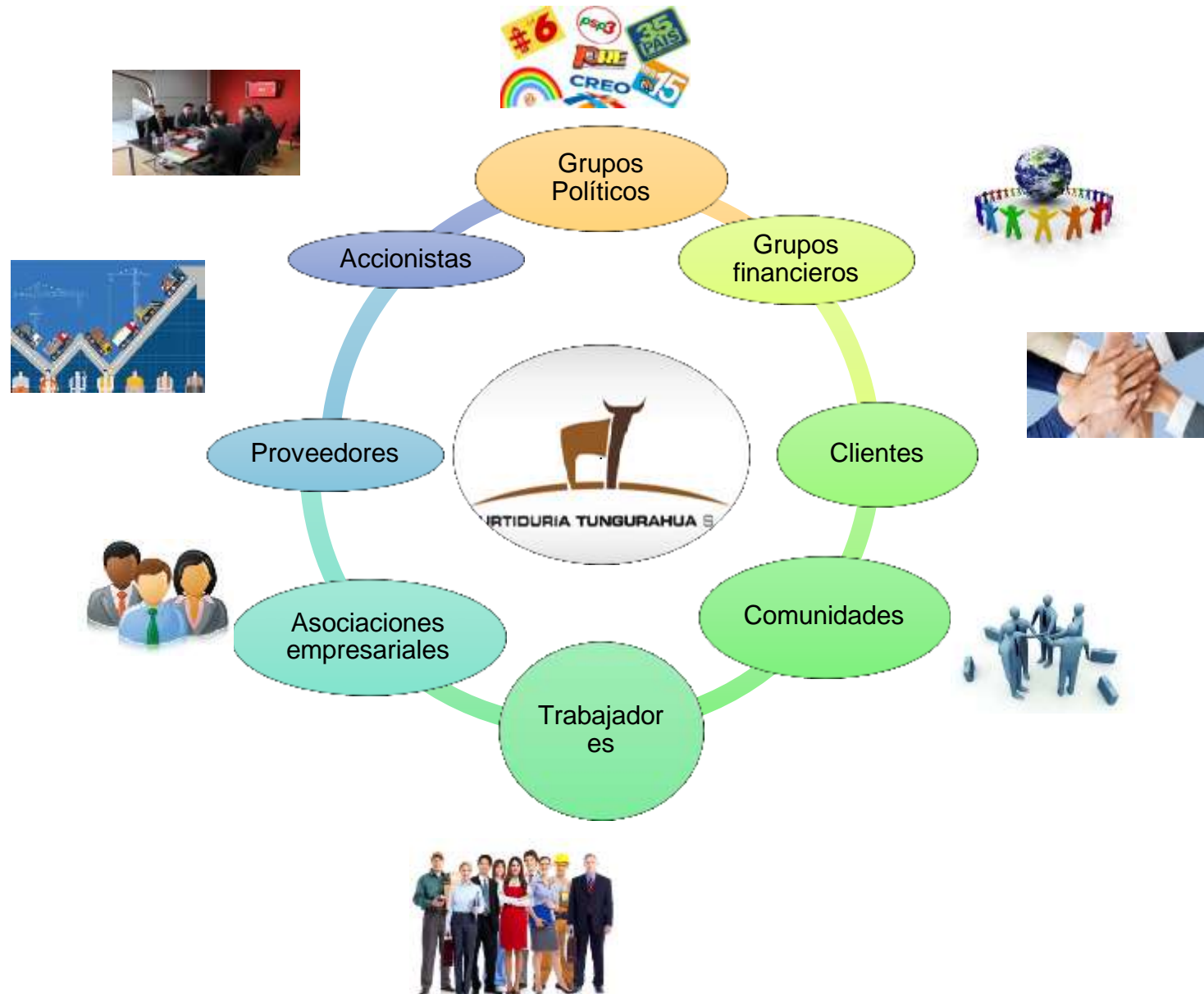
Fuente: CURTIDURIA TUNGURAHUA

Podemos observar que las exportaciones que realiza la industria, han ido creciendo de manera significativa año tras año, lo que a la empresa le ha traído grandes beneficios tanto económicos, como su reputación en el mercado internacional; siendo esto una conquista para Curtiduría Tungurahua.



Fuente: CURTIDURIA TUNGURAHUA

STAKEHOLDERS CURTIDURIA TUNGURAHUA S.A.



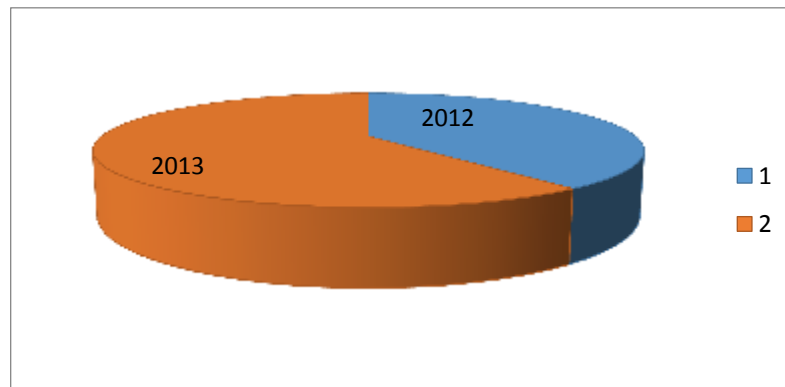
INDICADORES ECONOMICOS



PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO.

TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			
AÑO	2012	\$	3.919.607,40
	2013	\$	4.997.095,06

Fuente: Estados Financieros Curtiduría Tungurahua



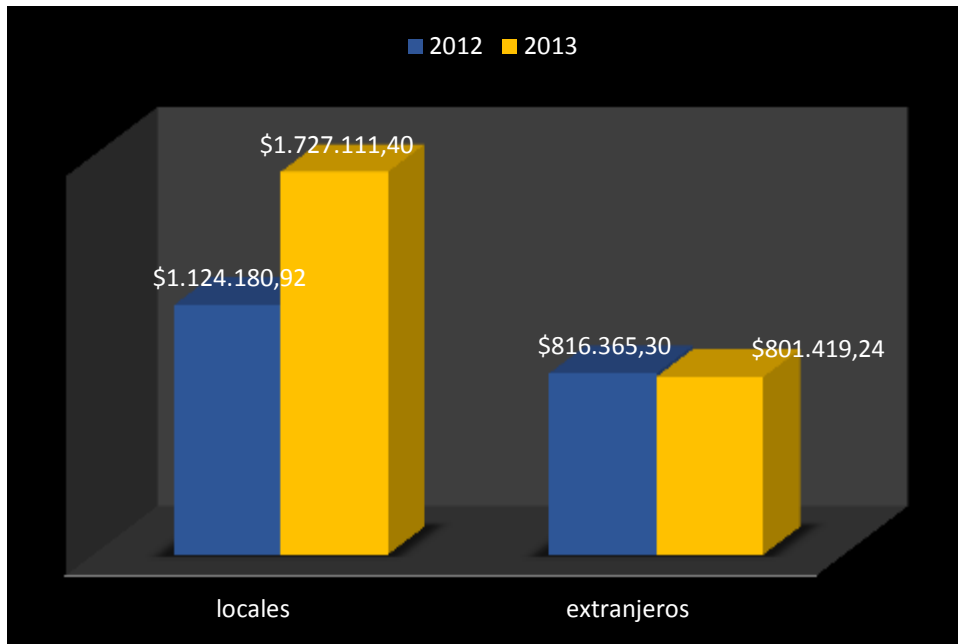
Curtiduría Tungurahua ha invertido en maquinaria, la misma que le ha ayudado a reducir el impacto ambiental en la zona en donde se encuentran laborando, siendo esto significativo en la empresa, ya que gracias a la inversión realizada, sus productos también cuentan con la calidad y tecnología que sus clientes requieren y exigen.

El Ing. Gonzalo Callejas explica que la maquinaria ha sido cambiada en un 97%.



		PROVEEDORES	
		LOCALES	EXTRANJEROS
AÑO	2012	\$ 1.124.180,92	\$ 816.365,30
	2013	\$ 1.727.111,40	\$ 801.419,24

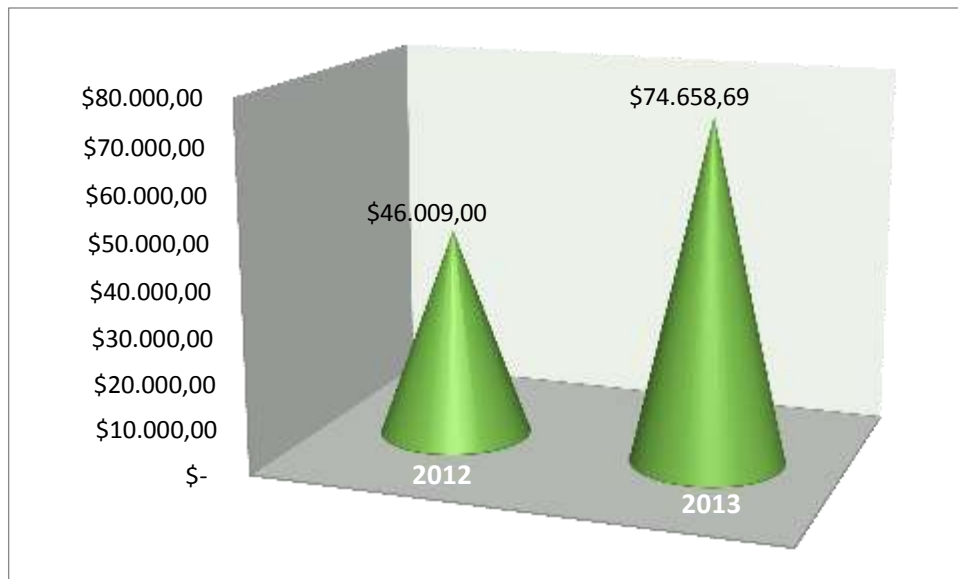
Fuente: Estados Financieros Curtiduría Tungurahua



Curtiduría Tungurahua se maneja no solo con proveedores nacionales, sino también con extranjeros los mismos que a la empresa les ofertan productos y servicios de la mejor calidad, y a los mejores precios, siendo estas empresas trabajadoras con una mentalidad de responsabilidad social. La deuda extranjera que la empresa mantenía en el año 2012, disminuyó en un 1% para el año 2013, debido que empezaron a consumir más producto nacional.

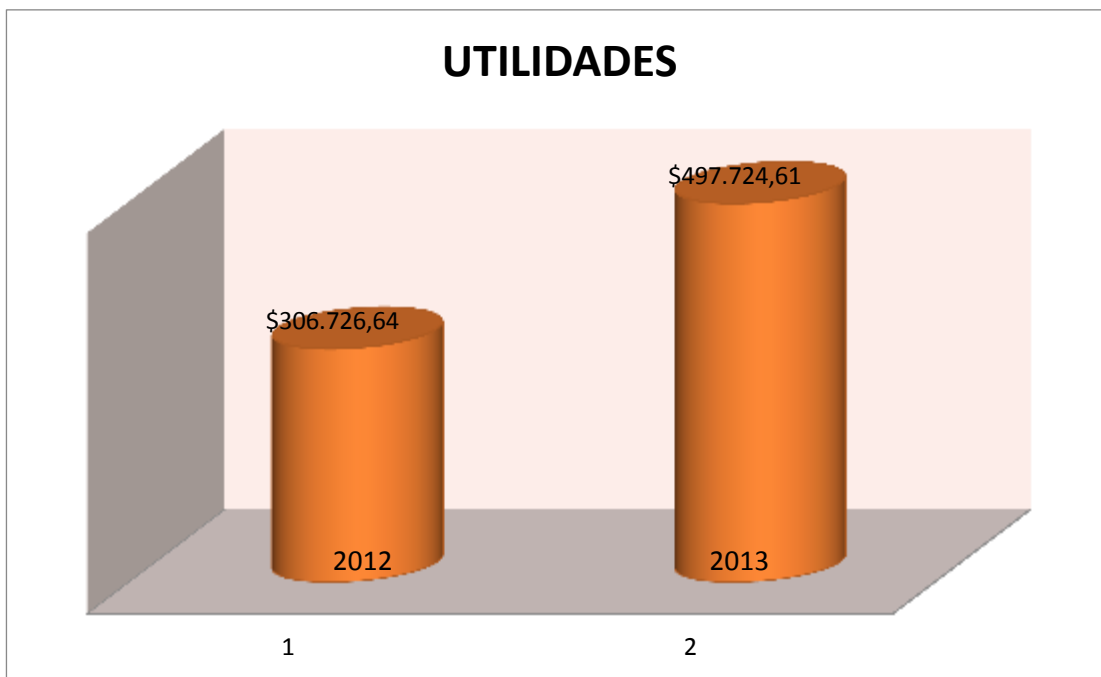
La empresa tiene un plazo promedio de pagos de un mes aproximadamente.

PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES



Fuente: Estados Financieros Curtiduría Tungurahua

Curtiduría Tungurahua se ha caracterizado por ser una empresa que da apertura laboral en las actividades que realiza, es por ello que para el año 2013 existió un incremento de personal, el mismo que fue y es beneficioso ya que la producción requiere de más personal, por la demanda de la calidad de productos que se ofrecen, es por ello que los trabajadores se sienten seguros en laborar en Curtiduría Tungurahua.



Fuente: Estados Financieros Curtiduría Tungurahua

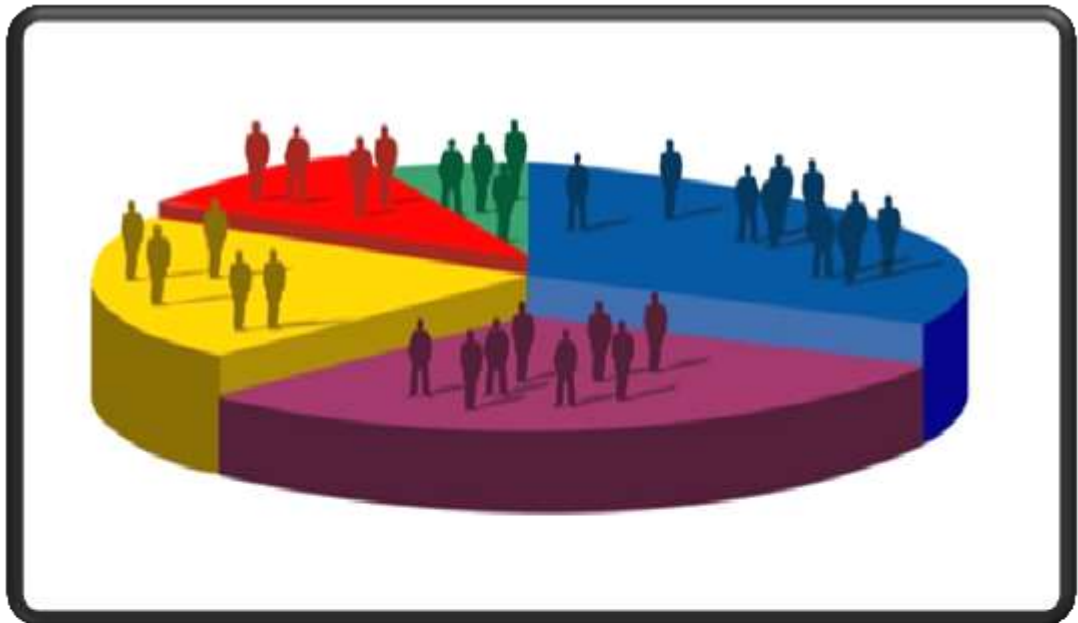


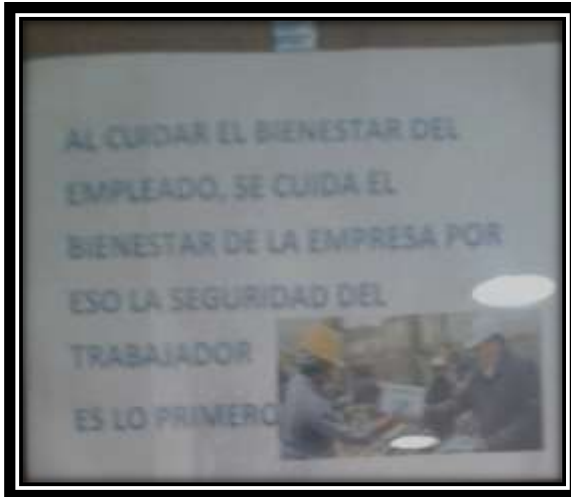
Las utilidades que percibe Curtiduría Tungurahua, en sus últimos periodos anuales han incrementado considerablemente, gracias a la demanda de productos que esta tiene, como bien es cierto la empresa ofrece no solo sus productos sino también capacitaciones y charlas de su proceso de producción, esta iniciativa ha dado lugar a que tengan más acogida en el mercado en el cual se encuentran enfocados (empresas dedicadas a la elaboración de calzado, marroquinería, entre otros), dando

lugar también al crecimiento empresarial, mismo que por la demanda que existe en esta, se requiere de más personal, para cumplir con lo reglamentado por la ley, y a más de ello cumplir con el buen ambiente laboral hacia sus empleados.

INDICADORES SOCIALES

你想，梦想离你很远；你走，梦想离你很近
—— 王利军

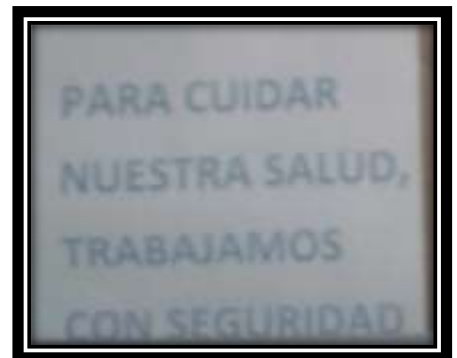




Curtiduría Tungurahua se preocupa por el bienestar de sus trabajadores, ya que son el principal recurso que poseen, el amor, cariño, pasión, lealtad que sus propietarios siembran en cada uno, hace que cada día ellos se enamoren de lo que innovan y la función

que cumplen en la empresa lo hagan con entrega.

La salud laboral es proveer de bienestar, seguridad, protección y atención a los empleados en el desempeño laboral. De esta manera cada uno de ellos se sentirá a gusto; en las actividades que cumple.



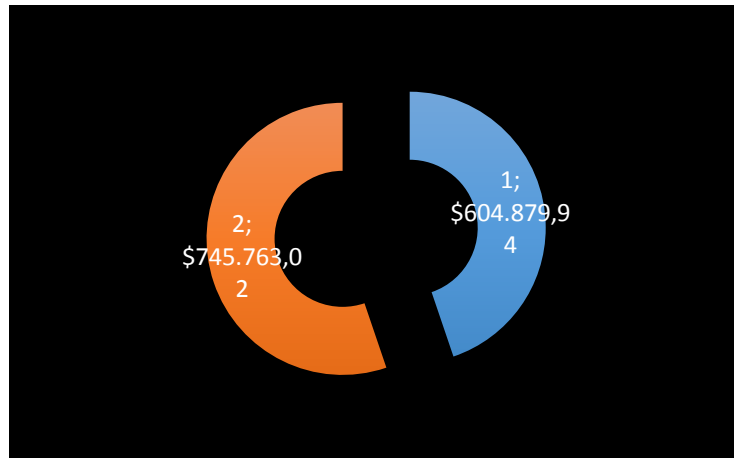


Curtiduría Tungurahua motiva a sus trabajadores a través de integraciones familiares, y cada día que es festivo se realizan reuniones en donde participan todos los colaboradores de la empresa, esto ha hecho que Curtiduría Tungurahua no solo sea aceptada en el mercado por la calidad de producto que ofrece sino también la parte humana con la que son tratados cada miembro de la empresa.

LEMA:
PRIMERO DIOS, DESPUES LA
FAMILIA, AHÍ VIENE EL
TRABAJO



SUELDOS Y SALARIOS.



1. AÑO 2012 2. AÑO 2013

Fuente: Estados Financieros Curtiduría Tungurahua

Curtiduría Tungurahua requirió un aumento de personal para el año 2013 debido a que su producción lo requería, tomando en cuenta que esta variable, fue beneficiosa a los empleados, ya que en un mínimo porcentaje también la canasta básica subió, tomando este particular como referencia tenemos una variación aproximadamente de un 19% entre los dos años.



Estas manos reflejan el sacrificio de cada trabajador en la empresa Curtiduría Tungurahua, ya que estas han sido plasmadas en las paredes de esta, para que sus padres recuerden

que por ellos están ahí, y saben que al regresar a casa sus hijos les esperan.

ESTABILIDAD LABORAL

De acuerdo con el Art. 20 del reglamento interno de Curtiduría Tungurahua nos dice.- De conformidad con las disposiciones legales y los contratos de trabajo, la jornada ordinaria de labor será de ocho horas diarias de lunes a viernes y no podrá superar las cuarenta horas semanales. Los trabajadores de servicio temporario se someterán a los acuerdos legalmente celebrados y constantes en el respectivo contrato. Todos los trabajadores de la empresa: personal administrativo, personal operativo y personal de servicios, deben cumplir con el horario establecido y aceptarán cualquier modificación que se hiciere en el futuro y que tenga la aprobación de la Dirección Regional del Trabajo de Quito, pudiendo laborarse incluso en jornadas rotativas, en atención a las necesidades de la Empresa.



Generamos materia prima básica, para industrias afines que benefician parte de la piel que no usamos para hacer cuero.

Los residuos que nuestra Curtiembre genera sirven para elaboración de ciertas pastillas, abonos, elaboración de gelatina, e inclusive sirve para la fabricación de juguetes comestibles para mascotas.

La venta de residuos para la empresa significa un ingreso de \$46,500.



Cada día nos esforzamos por garantizar que el producto llegue a tiempo y con calidad.



INDICADORES MEDIO AMBIENTALES



En Curtiduría Tungurahua lo hacemos de corazón, lo hacemos por vocación:

Medio Ambiente:

El Agua es vida: En Curtiduría Tungurahua invertimos en una planta de tratamiento de Aguas Residuales, moderna y de alta tecnología para devolver a la naturaleza este vital recurso; aproximándonos a mediano plazo a lo requerido por normas vigentes.

Adicionalmente, procesamos el agua para la industria con el fin de obtener un recurso más homogéneo, de mejor calidad y asegurar procesos más eficientes, además de evitar riesgos en la salud de nuestros trabajadores.

Recibimos agua del Canal de Riego Latacunga Salcedo Ambato.

- Efectuamos un tratamiento que logra parámetros de calidad acordes al requerimiento de uso Industrial. (dureza, turbiedad, carga orgánica etc.)
- Garantizamos un abastecimiento continuo a la empresa.
- No ponemos en riesgo la Salud de los colaboradores de la fábrica
- Manejamos este recurso con responsabilidad.






PARAMETROS DE CALIDAD DE AGUA							
PARAMETROS	VALOR PROMEDIO AGUA A TRATARSE	VALOR PROMEDIO AGUA TRATADA	VALORES OBTENIDOS	INDICADOR %	ALCANCE	PROMEDIO	VALOR PROMEDIO
Ph	8,5	8	8,3	100	96,39	238,89	79,63
DUREZA	345	50	80	100	62,5		
TURBIDEZ	3	1	0,8	100	80		





Fuente: Curtiduría Tungurahua

Devolvemos el agua en condiciones idóneas.



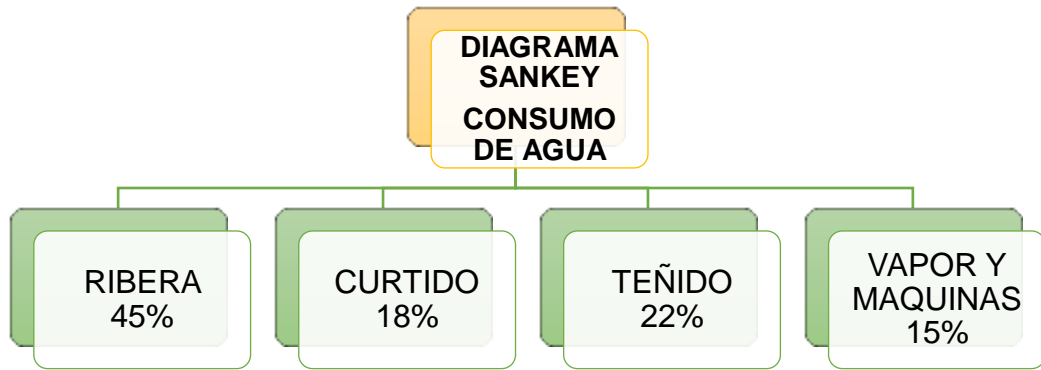
MEJORAS IMPLEMENTADAS EN CURTIDURIA TUNGURAHUA

PROCESO	IMAGEN	DEFINICIÓN	ACCIÓN	BENEFICIO AMBIENTAL
REMOJO-PELAMBRE		<p>Remojo: en este proceso se rehidrata la piel, se elimina la sal u otros elementos como sangre, excrementos, y desechos. Las pieles son tratadas dentro de molinetas, tinas, o bombos. Los químicos utilizados son: hidróxido de sodio, sulfuro, hipoclorito, enzimas, entre otros.</p> <p>Pelambre: en este proceso se elimina el pelo de la piel y la epidermis, ya que por los químicos utilizados, dándonos lugar a una eliminación de residuos en los demás procesos mecánicos.</p>	Eliminación de Tensoactivos libres de nonil-fenol,	No produce elementos tóxicos en el efluente
			Disminución de % de sulfuros en el proceso	Baja la carga de contaminantes difíciles de tratar, cueros más limpios.
			Fulones con alta tecnología	Se puede trabajar más cueros con menos cantidad de agua
			Control eficiente de volumen de agua y peso exacto de insumos	Disminuye consumo de agua y mejora eficiencia en consumo de productos químicos.

DESENCALADO		<p>Consiste en remover la cal y el sulfuro de la piel eliminando de esta forma el hinchamiento alcalino de la piel.</p>	<p>Uso de desencalantes orgánicos en reemplazo de sulfato de amonio</p>	<p>Merma carga contaminante de sustancias nitrogenadas</p>
CURTICIÓN		<p>Conjunto de operaciones fisicoquímicas, que mediante el adecuado uso de productos químicos, convierten a la piel en un material durable.</p>	<p>Uso de basificantes de seguridad</p>	<p>Mejora el agotamiento de cromo, por tanto la carga del mismo en el efluente, el cuero recibe más curtiente y aumenta calidad</p>
RECURTICIÓN		<p>Proceso mediante el cual las pieles han tenido que ser curtidas de manera parcial, y han requerido una curtación adicional.</p>	<p>Uso de engrasantes libres de AOX, compuestos con sustancias halógenas</p>	<p>Elimina estas sustancias del efluente y del cuero</p>
TINTURA		<p>Proceso en donde se le da color a la piel, de acuerdo con los requerimientos de los clientes</p>	<p>Uso de colorantes libres de grupos azoicos.</p>	<p>Cuero libre de estas sustancias químicas peligrosas, junto con el efluente.</p>

ACABADO		<p>Son operaciones en la piel posterior al secado, se da las características que mejor se adaptan a las tendencias de moda.</p>	<p>Tecnología de trabajo con máquinas de rodillos</p> <p>Uso de top (lacas) acuosas</p>	<p>Merma sustancias volátiles al ambiente además de disminuir consumo de productos químicos</p> <p>Elimina el uso de solventes orgánicos</p>
CONTROL DE OPERACIONES		<p>En este laboratorio se controla la calidad de los productos ofertados al mercado.</p>	<p>Equipos de pesaje precisos y control de personal capacitado</p> <p>Recuperación de condensados</p>	<p>El consumo de insumos químicos se mantiene con un estándar dentro de parámetros requeridos, los desperdicios o mermas han desaparecido</p> <p>Mejora la eficiencia del caldero y gasta menos insumos para ablandar agua</p>

Fuente: Curtiduría Tungurahua



DEFINICIÓN DE OPORTUNIDADES

N°	Área de la empresa	Oportunidades o problemas	Estrategias u opciones de solución	Barreras y necesidades	Motivo de la elección	Prioridad
1	Energía eléctrica	Bajo factor de potencia	Implementación de bancos de capacitores	Económica	Evitar la penalización en la planilla de energía eléctrica	0
2	Curtición	Recuperación de plomo del efluente	Sistema de reciclaje por precipitado	Económica	Es la que mayor beneficio a corto plazo	1
3	Residuos	Aprovechamiento de Re bajadura de cromo	Encontrar uso idóneos del residuo	No hay mercado ni normativa	Transformar en producto útil	2
4	Residuos de pelambre	Aprovechamiento del sebo	Montar sistemas de autoclave	Económica, no hay ley de uso de área agrícola	Aprovechamiento de residuo industrial	3
5	Servicios de vapor	Retorno de agua hacia el caldero	Instalación de bomba para retorno de condensado	Económica	Alta inversión para poca recuperación de la misma	3

Fuente: Curtiduría Tungurahua

Oportunidad 1

Evitar la penalización en la planilla de energía eléctrica

MES	FACT. DE POTENCIA	PENALIZACION USD	USD POR PAGO DE ENERGIA
ene-14	0.75205	1580	8656
feb-14	0.76748	2632	12057
mar-14	0.92803	-769	10438
abr-14	0.90983	-465	11450
may-14	0.97068	-276	15002
jun-14	0.97835	-246	13073
jul-14	0.98603	-270	14398

Se detectó que el factor de potencia estaba por debajo de los parámetros normales, lo que ocasionaba una penalidad que proyectada hubiese generado un pago extra de:
USD 26472 al año.

Fuente: Curtiduría Tungurahua

ACCION EFECTUADA.

MES	FACT. DE POTENCIA
ene-14	0.75205
feb-14	0.76748
mar-14	0.92803
abr-14	0.90983
may-14	0.97068
jun-14	0.97835
jul-14	0.98603

FACT. DE POTENCIA

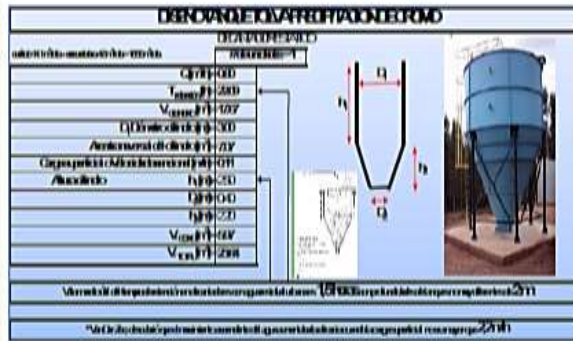
Ahorro económico

Se instalo un Banco de Capacitores
INVERSION EFECTUADA: USD 3850
GASTO EVITADO: USD 26472
RECUPERACION DE LA INVERSION:
1,74 meses.

Fuente: Curtiduría Tungurahua

Oportunidad 2

Recuperación de sal de cromo del agua residual.



Diseño: Ing. Luis Calcedo, P

03/02/2015

1 ton. de wet blue se curte con:
60 kg de Sulfato Básico de Cromo
De este proceso se generan las siguientes salidas:

- 10 kg de sólidos suspendidos totales por tonelada de piel procesada
- 11 kg de DQO por tonelada de piel procesada
- 4 kg de DBO por tonelada de piel procesada
- **8 kg de Cromo por tonelada de piel procesada.**
- 50 kg de Cloruros por tonelada de piel procesada
- 40 kg de Sulfatos por tonelada de piel procesada

Fuente: Curtiduría Tungurahua

	producción toneladas	Residual kg 8 x ton	valor comercial USD 1.1
enero	224	1792	1971
febrero	216	1728	1901
marzo	256	2048	2253
abril	223	1784	1962
mayo	265	2120	2332
junio	256	2048	2253
julio	267	2136	2350
agosto	254	2032	2235
septiembre	246	1968	2165
	2207	17656	19422

El reúso del curtiente, permite además de un ahorro del 8% de producto, una merma en la carga de cromo en el tratamiento del efluente final.

Fuente: Curtiduría Tungurahua

RESUMEN DE OPORTUNIDADES				
OPORTUNIDAD	BENEFICIOS	AHORRO/AÑO	INVERSIÓN	PERIODO DE RECUPERACION
Eliminar la penalización por factor de potencia	Disminución de los costos de producción	\$ 26.472,00	\$ 3.850,00	1,74 meses
Reúso de sal de cromo	Tratamiento de agua más eficiente	\$ 19.422,00	\$ 56.800,00	33 meses

Fuente: Curtiduría Tungurahua

Amamos a la naturaleza, por eso creamos Eco Tungurahua y la Fundación Forestal Tungurahua, con el firme propósito de trabajar constantemente por brindar soluciones a varios impactos ambientales de nuestra comunidad. Hemos sembrado aproximadamente 60.000 árboles y queremos sembrar más.



PROGRAMA DE MEJORAS AMBIENTALES DE CURTIDURIA TUNGURAHUA S.A.			
OPERACION / PROCESO	MEJORA IMPLEMENTADA		BENEFICIO
Recurtición Tintura Engrase	Instalación de caudalímetro para control exacto de volumen de agua en los procesos de tintura y lavados necesarios.		Merma de consumo de agua, y aprovechamiento de este recurso de forma eficiente.
Remojo - Lavado	Eliminación de Tenso activos a base de nonil fenol.		Disminución de sustancias que generan carga en el efluente final
Pesaje de insumos químicos y cuero	Implementación de balanzas de precisión para los puntos críticos de control		Mejor control de consumo de insumos y lotes de producción.
Secado al vacío	Maquina con sistema de secado a temperaturas bajas.		Disminución de consumo de energía y combustible
Secado aéreo del cuero	Implementación de secador aéreo		El secado es uniforme y usa calor generado por maquinas del acabado.

<p>Acabado con roller coater</p>	<p>Adquisición de máquinas de rodillos</p>		<p>Disminución hasta un 5% de pinturas y resinas de acabado.</p>
<p>Sistema de pistolas LP-LV</p>	<p>Implementación de cabinas con pistolas que ahorran producto.</p>		<p>Disminución de hasta un 10% de consumo de resinas, pinturas y lacas para cuero.</p>
<p>Eliminación programada de solventes orgánicos</p>	<p>Se está implementando uso de lacas solubles en agua.</p>		<p>Disminución de solventes en ambiente de trabajo y por ende mejores condiciones de salud ocupacional.</p>

SOMOS MOTIVADORES PARA CREAR CONCIENCIA AMBIENTAL



El día viernes 4 de junio del 2010 se celebró a nivel mundial el día del Medio Ambiente, por este motivo la Fundación Forestal **TUNGURAHUA**, realizó en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua el encuentro **TRIBUTO A LA TIERRA, “PINTA DE VERDE TU FUTURO GRIS”** con la siembra de más de trescientos árboles nativos en la quinta el Rosario de Ambato (Administrado por la Cámara de Comercio).

El Objetivo del evento fue propiciar un espacio de diálogo y concienciación con niños, niñas, jóvenes, padres, madres y comunidad en general desde variadas expresiones culturales y productivas que nos permiten escuchar e ir desarrollando propuestas de cómo poder conservar la vida, construir un mundo mejor y proteger el medio ambiente.

En el encuentro participaron empresas, organizaciones, artistas, artesanos, agricultores que le apuestan a la preservación de nuestro habita, fabricando productos ecológicos, limpios y alternativos.

La música, el teatro, contadores de cuentos, actores, performers, acrobacia, danza, videos, conferencias, debates, libros también fueron parte de este importante evento; iniciativa que sin duda fortalece los mecanismos para ir de la mano con la madre naturaleza y quienes vivimos en ella.



Más de 60 expositores se dieron cita en la quinta el Rosario de Ambato con su diversidad de productos en agricultura orgánica, plantas, artesanías de diferentes regiones del país, arte reciclado, dulces tradicionales entre otros, todos juntos por nuestra casa, el plantea Tierra.

Este acontecimiento cuenta con el apoyo de **Vicepresidencia de la Republica, Ilustre Municipio de Ambato, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Inclusión Social y Económica, Gobierno Provincial de Tungurahua, Corporación Procultur**, medios de comunicación como el programa **La Televisión, radio Centro y Bonita, Unimax**, representante a **Miss Mundo 2010 Anita Galarza**, entre otras entidades, personas, empresas privadas que desean juntar sus manos en esta iniciativa creada por jóvenes ambateños.



**SIEMBRA DE 100 MIL
ARBOLES NATIVOS (55%)
de aceptación.**

6.8. Administración.

Nº.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	NOMBRE	FUNCION
1	Aplicar norma ISO 26000 de RSE	Gerente General	Ing. Gonzalo Callejas	Estructurar objetivos estratégicos en RSE
2	Equilibrar elecciones respecto a impactos y expectativas de Stakeholders.	Gerente General	Ing. Gonzalo Callejas	Trabajar con grupos de interés que se enfoquen en RSE.
3	Construir un plan de acción con un panel de control en cuanto a medición operacional y estratégico en RSE.	Dpto. RSE	Ing. Marco Buestan	Elaborar un informe del plan operativo anual, determinando el cumplimiento de la misma.
4	Elaborar un informe anual de RSE	Dpto. RSE	Ing. Marco Buestan	Crear metas para el cumplimiento de las diferentes actividades de RSE.
5	Estructurar el buen gobierno corporativo en RSE	Gerente General	Ing. Gonzalo Callejas	Asignar supervisores para evaluar y dar seguimiento de cumplimiento a los objetivos de RSE.
6	Establecer indicadores que nos permitan garantizar que la maquinaria está comprometida con las estrategias de RSE y funcionan como herramienta de gestión para las actividades.	Coordinador de Logística	Ing. Patricio Callejas	Contar con un presupuesto que ayuden al cumplimiento de actividades de RSE.
7	Programar capacitaciones al personal en cuanto a RSE.	Gerente General	Ing. Gonzalo Callejas	Concientizar al personal en cuanto al medio ambiente, lo ético y social.

Fuente: La Autora

Elaborado por: Galarza K.

6.9. Previsión de la evaluación.

Nº.	ACTIVIDAD	RESPONSA BLE	COMPROMIS O	CUMPLIMIENTO
1	Aplicar norma ISO 26000 de RSE	Gerente General	Comité de Responsabilidad Social Empresarial	Objetivos estratégicos en RSE se cumplan al 90%
2	Equilibrar elecciones respecto a impactos y expectativas de Stakeholders.	Gerente General	Comité de Responsabilidad Social Empresarial	Grupos de interés enfocados en RSE. Se cumplan en un 80%
3	Construir un plan de acción con un panel de control en cuanto a medición operacional y estratégico en RSE.	Dpto. RSE	Comité de Responsabilidad Social Empresarial	Elaborar un informe del plan operativo anual, determinando el cumplimiento de la misma; se cumpla en un 85%
4	Elaborar un informe anual de RSE	Dpto. RSE	Comité de Responsabilidad Social Empresarial	Crear metas para el cumplimiento de las diferentes actividades de RSE. Se cumpla el 80%
5	Estructurar el buen gobierno corporativo en RSE	Gerente General	Comité de Responsabilidad Social Empresarial	Asignar supervisores para evaluar y dar seguimiento de cumplimiento a los objetivos de RSE, se cumpla en el 90%
6	Establecer indicadores que nos permitan garantizar que la maquinaria está comprometida con las estrategias de RSE y funcionan como herramienta de gestión para las actividades.	Coordinador de Logística	Comité de Responsabilidad Social Empresarial	Contar con un presupuesto que ayuden al cumplimiento de actividades de RSE, se cumpla en el 100%
7	Programar capacitaciones al personal en cuanto a RSE.	Gerente General	Comité de Responsabilidad Social Empresarial	Concientizar al personal en cuanto al medio ambiente, lo ético y social, se cumpla en el 90%

Fuente: La Autora

Elaborado por: Galarza K.

Bibliografía

- (AECA), A. E. (1996). *Crecimiento de la empresa: Modalidades y Estrategias*. (M. M. Press, Ed.) Madrid: Cambridge.
- Aguilera Castro, A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación Pensamiento & Gestión. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 85-106.
- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (s.f.). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Redalyc.org*.
- Alvarado Herrera, A., & Schlesinger Diaz, M. W. (2008). *Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial Percibida y sus efectos sobre la imagen y su reputacion: una aproximacion desde el modelo de Carroll*. Universidad ICESI.
- Alvarado Herrera, A., & Schlesinger Díaz, M. W. (12 de Septiembre de 2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: Una aproximación desde el modelo de carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59.
- Anonimo. (15 de Marzo de 2005). *Universidad de Jaen*. Obtenido de Universidad de Jaen: <http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-4.pdf>
- Arenas, J. A. (s.f.). *Wikipedia*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n>
- (2001). El Balance Social. En I. p. Argentina.
- Becchio, J., Heuer, F. H., & Zaballa, G. (2003). *Manual para la Preparacion e Implementacion del Balanace Social en el Uruguay*. Uruguay: DERES.
- Blazquez Santana, F., Dorta Velazquez, j. A., & Verona Martel, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del Crecimiento empresarial. *Redalyc.org*.
- Blázquez Santana, F., Dorta Velázquez, J. A., & Verona Martel, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 165-195.
- Boada, A. (2003). *De la producción sostenible al consumo sustentable*. . Universidad Externado de Colombia Facultad de Administración de Empresas Material didáctico Programa de Especialización en Sistemas de Gestión Ambiental.
- Brown Grossman, F. (Marzo-Junio de 2010). *economia.unam.mx/*. Obtenido de [economia.unam.mx/](http://www.economia.unam.mx/): <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/363/06florbr own.pdf>

- Burkardt, U. (2005). *El concepto de Fundraising y su aplicación a las Donaciones monetarias procedentes de particulares*. Universidad de Barcelona.
- Cainrcross, F. (1996). *Ecología S.A. Hacer negocios respetando el Medio Ambiente*. Eco España.
- Camacho, J., & Sandoval, J. (2008). *Asociación entre variables cuantitativas: análisis de correlación*. Acta Médic Costarric.
- Carroll, A. T. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility. Towards the Moral Management of Organisational Stakeholders*. Business Horizons.
- Chuquisengo, R. (10 de Septiembre de 2013). *Gerencie.com*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/gestion-del-talento-humano>.
- Commons, C. (2013). <http://es.wikipedia.org/>. Obtenido de http://es.wikipedia.org/http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa
- Correa Jaramillo, J. G. (Julio-Diciembre de 2007). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-63462007000200006&script=sci_arttext
- Emprendepyme. (s.f.). *Emprendepyme.net*. Obtenido de Emprendepyme.net: <http://www.emprendepyme.net/elementos-fundamentales-de-la-responsabilidad-social-corporativa.html>
- Empresaria, I. A. (2005). *INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA*. Córdoba - Argentina.
- Epstein, M. R. (2001). *Sustainability in Action: Identifying and Measuring the Key Performance Drivers*. Long Range Planning.
- Espiosa Palomeque, D. V. (2010). *Análisis y Propuesta de un Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial. Caso: Empresas Ecuatorianas Comprometidas con RSE*. Universidad Andina Simon Bolivar Sede Ecuador.
- Ethos, I. (2005). *Conceptos Basicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial*. Caracas-Venezuela: CEDICE LIBERTAD.
- Galarza, S. (2009). *“Modelo de Responsabilidad Social Empresarial, aplicable a empresas privadas de la ciudad de Quito.”*. Quito: Universidad Tecnologica Equinocial .
- Garcia, O. (2005). *Respuesta inicial a incidentes con materiales peligrosos. Conceptos básicos sobre accidentes ambientales*. Santo Domingo.
- Gil Fisa, A. (s.f.). *Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo*. Obtenido de Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo:

http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/301a400/ntp_305.pdf

González, C. (2008). *Reciclaje: Para la protección del medio ambiente y los Recursos Naturales*. . Servicio de extensión agrícola.

Gutiérrez, R., Felipe, A. L., & Rodrigo, V. (2006). *Aportes y Desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia*. Bogota: Edisoma Ediciones Especiales Ltda.

Hernando, M. B. (2012). *AUDITOOL*. Obtenido de RED DE CONOCIMIENTOS EN AUDITORIA Y CONTROL INTERNO: <http://www.auditool.org/blog/auditoria-externa/256-la-auditoria-y-el-control-interno>

Herrera, J. (2003). *Tutoria de la Investigación*.

Herrera, L. (2004). *Investigacion*. Madrid.

Hinojosa, M. (2002).

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/cosproducaleja.htm>.

Hitt, M. (2006). *Administracion*. Mexico: Pearson Education.

Hoyos Ballesteros, R. (2011). *Evaluación del impacto de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial-RSE en los usuarios de las cadenas de supermercados de Bogotá desde una perspectiva de construcción de marca (Brand Equity)*. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.

Inapi. (s.f.). *Inapi*. Obtenido de Inapi: <http://www.inapi.cl/portal/orientacion/602/w3-article-901.html>

Kaplan, A. (s.f.). *Significados*. Obtenido de <http://www.significados.info/administracion/>

Leal Morantes, M., & Cefalá Chirinos, Y. (2003). Estrategias de crecimiento empresarial aplicadas por hipermercados. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 607-621.

Leigh, R. (s.f.). *eHow en español*. Obtenido de eHow en español: http://www.ehowenespanol.com/ventajas-desventajas-estrategias-crecimiento-limitado-info_517667/

Loja Barbecho, L. C., & Torres Guzmán, O. N. (2013). *La Inversión Extranjera Directa en el Ecuador durante el periodo 1979-2011: Análisis de su incidencia en el Crecimiento Económico*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Lopez Gomez, H. E. (25 de Noviembre de 2012). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: <http://es.slideshare.net/HenriEmmanuelLopezGomez/responsabilidad-social-empresarial-rse-15332159>

- López, M., & Gentile, N. (2000). *Sistema de indicadores económicos y sociales: la importancia del análisis integrado*. (C. d. Desarrollo., Ed., & F. C. Sociales, Trad.) Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Lussier, R. (2002). *Liderazgo, Teoría, Aplicaciones de Desarrollo de habilidades* (Primera ed.). Mexico: Thomson Learning.
- Martínez Garcés, D. C. (Marzo de 2007). *Centros Comunitarios de Aprendizaje.org*. Obtenido de Centros Comunitarios de Aprendizaje.org:
http://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/sites/default/files/La_RS_E_el_papel_de_los.pdf
- Martínez Herrera, H. (2005). *El Marco Etico de la Responsabilidad Social Empresarial*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Martinicorena Beruete, P. (16 de Enero de 2008). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estrategia-corporativa-y-crecimiento-empresarial.htm>
- Meinhold Dierkes, B. (1978). *Balance social de la: Análisis de su Evolución*. Consejo Asesor del Ministerio Federal de Economía de la R. F. A.
- Mejía García, B. (2006). *GERENCIA DE PROCESOS PARA LA ORGANIZACION Y EL CONTROL INTERNO DE EMPRESAS DE SALUD*. Bogota: Quinta Edición.
- Mendez Paniagua, J. F. (2009-2010). *Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del Ingenio San Antonio en la contribución del Desarrollo Local Sostenible del Municipio Chichigalpa, durante el periodo 2009-2010*. Chigalpa-Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Leon.
- Momberg Reyno, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como Ventaja Competitiva*.
- Mondragón, A. (2002). ¿Qué son los indicadores? (O. d.-u. mayor., Ed.) *Revista de Información y Análisis*.
- Montes, V. (2014). Balance Social. *Voces Economía y Finanzas*.
- Mulder, M. (2007). Introducción al número especial sobre competencia. Competencia: la esencia y la utilización del concepto en la formación profesional inicial y permanente. *Revista Europea de formación profesional*, 40, 7-8.
- Muñiz Gonzales, L. (2003). *Cómo implementar un Sistema de Control de Gestión en la Práctica*. (3era Edición ed.). Barcelona: Gestion 2000 S.A.
- Naranjo Lòpez, G. (2004). *Principio de la Investigación*. Valencia.

- Pacheco Sempértegui, F. (s.f.). *Responsabilidad Social Empresarial: El asunto de la relación trabajo – familia*. Quito: EIDOS.
- Pérez, M. A. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial Y su Influencia en la imagen corporativa en las pymes de la Provincia de Tungurahua*. Ambato.
- Pesce G., Dante;. (2012). *"La Responsabilidad Social Empresarial y el desarrollo sostenible en las organizaciones de América Latina"*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
- Pesendorfer, L. (2012). *Camara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana*. Obtenido de Camara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana: <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>
- Prado, A., Flores, J., Pratt, L., & Ogliastrri, E. (2004). *Marco Lógico y conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica*. Asociacion Empresarios para el Desarrollo en el marco del proyecto Diseño y elaboración de un Modelo de RSE.
- Prieto Fernández, S., & García Machín, E. (Junio de 2012). *SCIELO*. Obtenido de SCIELO: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-01382012000100001&lang=pt
- Puerto Becerra, D. P. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 171-195.
- Quezada Pavón, A. (13 de Diciembre de 2012). El mito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el Ecuador. *El Telegrafo*.
- Quiróz, L., Elkin, H., & López, A. (2013). Apotes de la ética de Emanuel Lévinas para el concepto de responsabilidad social empresarial. *Universidad Cállica del Norte*, 8.
- Reyes Ponce, A. (1979). *"Principios de Administración"* (Primera ed.). Limusa.
- Reyes, A. P. (1979). *Principios de la Administracion* (Primera ed.). Limusa.
- Roche Paris, F. (2005). *La Planificacion Estrategicas en la Organizaciones Deportivas*. Badalona: Paidotribo.
- Smith, C. (2003). *Corporate Social Responsibility*. (W. o. How'n, Ed.) California: Management Review.
- Strandberg, L. (2010). La Medición y la Comunicacion de la RSE: Indicadores y Normas. En L. Strandberg, *Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa Gobierno Corporativo*. IESE Business School.

- Suárez García, C. P. (2011). *Responsabilidad social empresarial del Ecuador casos de aplicación*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Uxó González, J. (2008). *Expansión.com*. Obtenido de Expansión.com:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>
- Vives, A. (2007). *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe*. Washington, D.C. 20577: INCAE.
- Vives, A. (2011). *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina* (Vol. 1). (E. Peinado, Ed.) New York: Cumpetere.
- Wendel, C. (s.f.). *eHow en español*. Obtenido de eHow en español:
http://www.ehowenespanol.com/estrategias-liderazgo-mercado-empresas-servicios-lista_559818/
- WorldBank. (2006). <http://siteresources.worldbank.org/>. Obtenido de
<http://siteresources.worldbank.org/>:
http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf
- Zambrano, Y. (2011). *Monografias.com*. Obtenido de Monografias.com:
<http://www.monografias.com/trabajos76/responsabilidad-social-empresarial/responsabilidad-social-empresarial.shtml>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CUESTIONARIO DE ENCUESTA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



Objetivo de la Encuesta

Obtener información del grado de conocimiento y aplicación de las prácticas relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial por parte de los empresarios de la Zona 3 de Planificación.

Instrucciones de la Encuesta

Esta encuesta es anónima y personal, dirigida a los directivos / propietarios de las empresa de la zona de Planificación 3.

Agradecemos colocar una "X" en el recuadro correspondiente y conteste las preguntas indicadas.

Persona Encuestada				Características de la Empresa	
1.- Género		2.- Edad del Encuestado		5.- Actividad Empresarial (Sector)	
Hombre		Menos de 30			
Mujer		De 31 a 40		6.- Año de inicio de la actividad empresarial	7.- N° de empleados
3.- Cargo		De 41 a 50			
Propietario		De 51 a 60			
Gerente General		4.- Años en la Empresa		8.- Año de constitución de la empresa	9.- N° de empleados
Administrativo		Menor a 2			
Otro		Entre 2 a 5			
		Entre 6 a 10		10.- Año de inicio con actividades de RSE	
		Mayor a 10			

Señale con una "X" y responda las preguntas indicadas

INFORMACIÓN		SI	NO	AÑO
11.- Su empresa exporta				
12.- La empresa es familiar				

Señale con una "X" la frecuencia en la forma que Ud. considera responsable socialmente a su empresa en base a la siguiente escala: **1) Muy baja 2) Baja 3) Ni baja ni aceptable 4) Aceptable 5) Muy aceptable**

Nº	INFORMACIÓN	1	2	3	4	5
13.-	¿Cuál es el grado de conocimiento de sus colaboradores en temas de Responsabilidad Social Empresarial?					

14	¿En la empresa se han definido claramente cuáles son los valores que guían su accionar?					
15	¿Cómo calificaría las prácticas de competencia y negociación justa entre su empresa y las de su sector?					
16	¿Cómo calificaría el precio de sus productos/servicios con relación a la calidad ofrecida a sus clientes?					
17	¿Cómo calificaría la participación de sus clientes, socios, proveedores y empleados con los valores de su empresa?					
18	¿Cómo calificaría la contribución de su empresa al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores?					
19	¿Cómo evaluaría la participación de los empleados en la Responsabilidad Social de su Empresa?					
20	¿En qué medida considera que la empresa incentiva a sus empleados por el correcto desempeño laboral?					
21	¿En qué grado la empresa ha desarrollado prácticas relacionadas con el manejo de residuos o desechos?					
22	¿En qué medida la empresa ha invertido en equipos, maquinarias y procesos que disminuyan el impacto ambiental?					
23	¿En qué nivel su empresa cumple con el cuidado del medio ambiente?					
24	¿Cómo evaluaría las actividades de su empresa al beneficio de la comunidad?					
25	¿Cómo calificaría el diálogo de su empresa sobre temas delicados, polémicos o negativos que afecten a la comunidad?					
26	¿Cómo calificaría las actividades realizadas por su empresa destinadas a patrocinios, donaciones, financiación de proyectos, voluntariado, entre otros?					
27	¿Cómo calificaría el reconocimiento que recibe su empresa de la comunidad por las actividades sociales que realiza?					
28	¿En qué medida, proporciona su empresa información de los riesgos y beneficios de sus productos/servicios que ofrece a sus clientes y su comunidad?					
29	¿Cómo evaluaría el cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?					
30	¿En qué grado la empresa recoge las sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general?					
31	Con respecto a la cultura empresarial social, ¿en qué medida considera que los trabajadores han aportado a su empresa?					
32	¿En qué grado los directivos y trabajadores de la empresa dan importancia a las actividades de Responsabilidad Social?					
33	¿En qué medida considera que su empresa cumple con las regulaciones gubernamentales?					

34	¿Cómo calificaría el grado de información difundido a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad?					
35	¿En qué medida informa su organización sobre la responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y a la comunidad?					
De las siguientes limitaciones califique el grado de influencia para implementar la Responsabilidad Social en su empresa						
36	Incremento en costos					
	Desconocimiento de la Responsabilidad Social					
	Dificultades Financieras					
	Dificultad para establecer políticas y procedimientos derivados de la Responsabilidad Social					
	Falta de interés por parte de las áreas de la empresa					
	Falta de compromiso de la directiva					
De los siguientes ventajas califique el grado de beneficio para implementar la Responsabilidad Social en su empresa						
37	Crecimiento empresarial (financiero y mercado)					
	Fortalecimiento por la fidelidad de clientes y proveedores					
	Mayor compromiso o productividad de colaboradores					
	Mejor imagen corporativa y reputación					
	Mejor relación con comunidad					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN