

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: INGENIERA E
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**DISEÑO DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LA ÓPTICA DEL TRABAJADOR, LA SOCIEDAD
Y EL MEDIO AMBIENTE APLICADO A LA EMPRESA UMA CREATIVA
- DM QUITO.**

AUTORES:

DEYSI TAMARA CALVAS GUERRA

ANDRÉS EDUARDO NOBOA HEREDIA

DIRECTORA:

AGUIRRE ROBLES NARCISA GUADALUPE

Quito, mayo del 2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros autorizamos a la universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son exclusivamente responsabilidad de los autores.

Quito, mayo 2015

Deysi Tamara Calvas Guerra
CI: 1724530306

Andrés Eduardo Noboa Heredia
CI: 1724380355

DEDICATORIA

A Dios, verdadera fuente de sabiduría, amor y darnos fuerzas para superar los obstáculos y dificultades a lo largo de nuestras vidas.

A nuestros padres por ser ejemplo de dedicación, esfuerzo y gracias a su apoyo incondicional nos ha guiado por el buen camino.

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradecemos a la Universidad Politécnica Salesiana por habernos aceptado ser parte de ella, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día. Agradecemos también a nuestra Directora de Tesis el Ing. Aguirre Robles Narcisa Guadalupe por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así como también habernos tenido toda la paciencia del mundo para guiarnos durante todo el desarrollo de la tesis. Mi agradecimiento también va dirigido al Gerente General de la Empresa “Uma Creativa” el Ing. Xavier Molina por haber aceptado que se realice mi Tesis en su prestigiosa empresa.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	2
1.1 Origen de la Responsabilidad Social	2
1.2 Concepto de la Responsabilidad Social.....	4
1.3 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial	7
1.3.1 Dimensión interna.....	8
1.3.1.1 Gestión de los recursos humanos.....	8
1.3.1.2 Seguridad y salud en el trabajo.....	8
1.3.1.3 Adaptación al cambio	9
1.3.1.4 Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales	9
1.3.1.5 Trabajadores.....	10
1.3.1.6 Derechos humanos	10
1.3.1.7 Derechos laborales	10
1.3.1.8 Accionistas o propietarios.....	11
1.3.2 Dimensión externa.....	11
1.3.2.1 Comunidades locales	12
1.3.2.2 Derechos humanos	12
1.3.2.3 Problemas ecológicos mundiales	12
1.3.2.4 La función del estado en la Responsabilidad Social Empresarial.....	13
1.3.3 Otras dimensiones de la Responsabilidad Social.....	14
1.3.3.1 Responsabilidad económica.....	15
1.3.3.2 Responsabilidad social.....	15
1.3.3.3 Responsabilidad ambiental	16
1.4 Niveles de la Responsabilidad Social Empresarial.....	17
1.5 Modelos de Responsabilidad Social	18
1.5.1 Normas ISO 26000.....	18
1.5.2 El libro verde, de la comisión Europea	22
1.5.3 Grupo de estudios sociales y económicos del tercer sector (GESES)	25
1.5.4 Modelo Stakeholder.....	26
1.5.5 Modelo de responsabilidad social aplicado a la óptica del medio ambiente.....	29
1.6 Bases jurídicas	32
1.6.1 La base legal de la Responsabilidad Social en el Ecuador	33
CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA UMA CREATIVA.....	34
2.1 Historia de la empresa	34
2.2 Información empresarial.....	36
2.2.1 Misión.....	36
2.2.2 Visión.....	36
2.2.3 Objetivos.....	37

2.2.4 Políticas:	37
2.2.5 Normativas:	41
2.2.6 Servicios:	43
2.2.7 Organigrama	45
2.3 Análisis interno y externo de la empresa Uma creativa	46
2.3.1 Análisis interno	46
2.3.1.1 Capacidad administrativa	46
2.3.1.2 Capacidad de talento humano	55
2.3.1.3 Capacidad financiera	58
2.3.1.4 Capacidad de mercadeo	60
2.3.2 Análisis micro entorno y macro entorno	60
2.3.2.1 Micro entorno	61
2.3.2.2 Macro entorno	66
2.4 Problemas de Responsabilidad Social Empresarial	74
2.5 Causas:	74
2.6 Análisis Foda	75
2.7 Marco metodológico:	77
2.7.1 Diseño de la investigación	77
2.7.2 Tipos de estudio:	78
2.7.3 Método de investigación:	78
2.7.4 Población y muestra:	79
2.7.5 Fuentes de recolección de datos	82
2.7.6 Técnicas de recolección de datos	83
2.7.7 Análisis y presentación de resultados	83
CAPÍTULO 3: DISEÑO DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA ÓPTICA DEL TRABAJADOR, LA SOCIEDAD Y EL MEDIO AMBIENTE APLICADO A LA EMPRESA UMA CREATIVA	126
3.1 Objetivo	126
3.2 Alcance	126
3.3 Diseño de Responsabilidad Social	127
3.3.1 Modelo gráfico:	127
3.3.2 Plan operativo - Programa de socialización enfocado a los empleados, comunidad, proveedores y clientes.	129
3.3.2.1 Programa de socialización enfocado a los empleados, comunidad, proveedores y clientes de la empresa Uma creativa	132
3.3.3 Plan operativo – Manual de buenas prácticas enfocado a los empleados	134
3.3.3.1 Diseño del manual de buenas prácticas ambientales enfocado a los empleados de la empresa Uma creativa.	137
3.3.4 Plan operativo – Diagnóstico clima laboral, capacitación virtual, programa de incentivos.	143

3.3.4.1 Diagnóstico clima laboral, capacitación virtual, programa de incentivos.	147
3.3.5 Plan operativo – Manual de buenas prácticas ambientales mediante listas de chequeo Uma creativa.	152
3.3.5.1 Informe de listas de chequeo:	155
3.3.5.2 Determinar políticas ambientales, gestión responsable y compromiso ambiental. 160	
3.3.5.3 Manual buenas prácticas ambientales y obtención de resultados.	163
3.3.6 Plan de ayuda a la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.	176
CONCLUSIONES	196
RECOMENDACIONES	197
Lista de Referencia:.....	198
Anexos:	200

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Razones señaladas por la comisión Europea.....	25
Tabla 2: Costo de papel mensual Uma creativa.....	48
Tabla 3: Consumo tinta de impresora.....	50
Tabla 4: Consumo tinta impresora.....	51
Tabla 5: Consumo tinta impresora.....	52
Tabla 6: Empresas de mantenimiento.....	53
Tabla 7: Luminaria Uma.....	54
Tabla 8: Equipo de trabajo:.....	56
Tabla 9: Equipo digital.....	56
Tabla 10: Equipo de creativas.....	57
Tabla 11: Equipo branding.....	57
Tabla 12: Equipo de administrativos.....	57
Tabla 13: Equipo de producción.....	58
Tabla 14: Equipo de tráfico.....	58
Tabla 15: Porcentajes de empleo y desempleo.....	71
Tabla 16: Incidencia de la pobreza.....	72
Tabla 17: Población total parroquia Ñaquito sector Bellavista hombres y mujeres de 18 a 64 años de edad.....	81
Tabla 18: Población total de parroquia Ñaquito sector Bellavista.....	81
Tabla 19: Discriminación racial por género y condición social.....	83
Tabla 20: Espacio físico adecuado.....	84
Tabla 21: Nivel de stress laboral.....	85
Tabla 22: Libertad de pensamiento tendencia política.....	87
Tabla 23: Libertad de pensamiento y tendencia religiosa.....	88
Tabla 24: Cumplimiento de la jornada laboral.....	89
Tabla 25: Capacitación laboral.....	90
Tabla 26: Otros beneficios.....	91
Tabla 27: Satisfacción laboral.....	92
Tabla 28: Comunicación interna.....	93
Tabla 29: Tipos de contenedores.....	94
Tabla 30: Clasificación de la basura.....	95
Tabla 31: Clasificación de la basura.....	96
Tabla 32: Problemas ambientales.....	97
Tabla 33: Preocupación de Uma creativa por temas ambientales.....	98
Tabla 34: Gestión de buenas prácticas ambientales.....	99
Tabla 35. Grado de satisfacción de los clientes con los servicios de la empresa.....	100
Tabla 36: Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial.....	101
Tabla 37: Importancia de la RSE en las empresas.....	102

Tabla 38. RS. factor positivo o negativo para las empresas	103
Tabla 39: RSE. programas de la comunidad	104
Tabla 40. RSE. y sus beneficios según las empresas encuestadas	106
Tabla 41: RS. en las empresas encuestadas	107
Tabla 42: RS. en el Ecuador según las personas encuestadas	108
Tabla 43: Relaciones comerciales	109
Tabla 44: Elementos de la RSE.....	110
Tabla 45: Importancia de la RS.....	111
Tabla 46: Factores que influyen en la negociación	112
Tabla 47: Programas de RS.....	113
Tabla 48: Imagen de RS. en una empresa	114
Tabla 49: Utilización de RS	115
Tabla 50: RS. en el Ecuador.....	116
Tabla 51: Elementos de la RSE. según la comunidad.....	117
Tabla 52. Modelo de RSE. en las empresas según la comunidad	118
Tabla 53: RSE. en el Ecuador según la comunidad	119
Tabla 54: Programas para ayuda comunitaria.....	120
Tabla 55: Uma y la Comunidad	121
Tabla 56: Recepción de necesidades de la comunidad	122
Tabla 57: Política de apoyo a la ciudadanía según la comunidad.....	123
Tabla 58: Programas de apoyo.....	124
Tabla 59: Viabilidad en la aplicación de RSE	125
Tabla 60: POA – Programa de socialización	129
Tabla 61: POA – Manual de buenas prácticas empleados	134
Tabla 62: POA – Diagnóstico clima laboral, capacitación virtual, programa de incentivos.	143
Tabla 63: POA – Manual de buenas prácticas ambientales mediante listas de chequeo Uma creativa.	152
Tabla 64: POA – Ayuda social N.1 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.	178
Tabla 65: POA – Ayuda social N.2 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.	182
Tabla 66: POA – Ayuda social N.3 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.	189
Tabla 67: POA: Resumen de actividades y presupuesto anual	193

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1: Dimensiones de la RS.....	14
Figura 2: Organigrama	45
Figura 3: Inflación mes de noviembre	69
Figura 4: Inflación mensual por ciudades y regiones noviembre 2014	70
Figura 5: Evolución de la pobreza urbana	73
Figura 6: Población total parroquia Iñaquito sector Bellavista hombres y mujeres de 18 a 64 años de edad.	81
Figura 7: Discriminación racial por género, condición social	84
Figura 8: Espacio físico adecuado.....	85
Figura 9: Nivel de stress.....	86
Figura 10: Libertad de pensamiento tendencia política	87
Figura 11: Libertad de pensamiento tendencia religiosa.....	88
Figura 12: Cumplimiento jornada laboral.....	89
Figura 13: Capacitación laboral	90
Figura 14: Otros beneficios.....	91
Figura 15: Satisfacción laboral.....	92
Figura 16: Comunicación interna.....	93
Figura 17: Tipos de contenedores	94
Figura 18: Clasificación de la basura	95
Figura 19: Clasificación de la basura	96
Figura 20: Problemas ambientales	97
Figura 21: Preocupación de temas ambientales	98
Figura 22: Gestión de buenas prácticas Ambientales	99
Figura 23: Grado de satisfacción de los clientes con los servicios de la empresa	100
Figura 24: Elemento de RSE.....	101
Figura 25: Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas.....	102
Figura 26: Responsabilidad Social factor positivo o negativo para las empresas	103
Figura 27: Responsabilidad Social Empresarial programas de la comunidad	105
Figura 28: La Responsabilidad Social Empresarial y sus beneficios según las empresas encuestadas.....	106
Figura 29: Responsabilidad Social en las empresas encuestadas	107
Figura 30: La Responsabilidad Social en el Ecuador opinión de las empresas encuestadas.....	108
Figura 31: Relaciones comerciales.....	109
Figura 32: Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial	110
Figura 33: Importancia de la responsabilidad social.....	111
Figura 34: Factores que influyen en la negociación.....	112
Figura 35: Programas para responsabilidad social.....	113
Figura 36: Responsabilidad Social en una empresa.....	114
Figura 37: Utilización de RS.....	115

Figura 38: RS en el Ecuador	116
Figura 39: Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial según la comunidad .	117
Figura 40: Modelo de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas según la comunidad.....	118
Figura 41: Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador según la comunidad	119
Figura 42. Programas que adopte la empresa para la ayuda social según la comunidad	120
Figura 43: Una creativa se preocupa por la comunidad opinión de la ciudadanía.....	121
Figura 44. Recepción de necesidades de la comunidad	122
Figura 45: Política de apoyo a la ciudadanía según la comunidad	123
Figura 46. Programas de apoyo por parte de las empresas a la ciudadanía según la comunidad.....	124
Figura 47. Política de apoyo a la ciudadanía según la comunidad.....	125
Figura 48: Modelo grafico de la RS.....	128
Figura 49: Buenas prácticas ambientales	138
Figura 50. Tipos de contenedores	142

ANEXOS

Anexo 1: Listas de chequeo:200
Anexo 2: Encuestas201

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental.

Este es un tema de gran impacto mundial que pretende alcanzar el desarrollo sostenible a través del compromiso de la empresa que permita identificar falencias y aportar soluciones, y de esta manera reconocer cuáles son los intereses de los distintos stakeholders con los que se relaciona la empresa y tener una visión enfocada en el respeto a la vida, las personas, los valores, la ética la comunidad y el entorno en el que se desenvuelve.

La Responsabilidad Social de las empresas es en esencia, un concepto con arreglo voluntario de contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio demostrando un desarrollo e integración mutua entre la empresa y la sociedad, y crear un impacto positivo.

En el Ecuador la aplicación de la RSE en las empresas es un tema poco reconocido, y la aplicación lo realizan un número reducido de empresas, Una creativa quiere implementar estas políticas con el fin de asumir el compromiso de trabajar con los principios de Responsabilidad Social Empresarial.

Dentro de la presente investigación se desarrolló un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa Una creativa, con el fin de implementar estrategias y políticas en beneficio de los trabajadores, aporte a la comunidad y el cuidado del medio ambiente.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility recently has become a new form of management and doing business in which the company ensures that its operations are sustainable in economic, social and environmental.

This is an issue of great global impact that aims to achieve sustainable development to bring the commitment of the company to identify gaps and provide solutions, and in this way analyze what are the interests of different stakeholders with which the company relates and have a vision focused on respect for life, people, values, ethics, community and environment in which it operates.

The Corporate Social Responsibility concept is essentially a voluntary arrangement that contributes to a better society and a cleaner environment demonstrating development and mutual integration between business and society, and create a positive impact.

In Ecuador the implementation of CSR in business is a little known subject, and the application is done by a small number of companies, creative companies want to implement these policies in order to make a commitment to work with the principles of Corporate Social Responsibility.

In this research a model of Corporate Social Responsibility for Uma creative company, to implement strategic and policies for the benefit of workers, contribution to the community and care for the environment was developed.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social un tema de gran impacto mundial y con mayor reconocimiento en el país, este trabajo abarca las implicaciones, elementos y aplicación de la misma dentro del ámbito empresarial y su entorno. Así también cual es el efecto positivo dentro de lo social empresarial y el medio ambiente.

El primer capítulo hace referencia al origen y conceptos de la Responsabilidad social empresarial que implican directamente las bases fundamentales para el desarrollo de un modelo en la empresa Uma creativa.

El segundo capítulo tendremos un conocimiento más profundo de la empresa Uma creativa y la trascendencia que tiene la empresa en el mercado ecuatoriano, la participación que tiene sobre distintos factores en la sociedad y cómo influye en el impacto ambiental.

El tercer capítulo forma parte del desarrollo del modelo de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Uma creativa, en la ciudad de Quito; las herramientas necesarias para el desarrollo del proceso a favor de la sociedad, en beneficio de la satisfacción laboral de los trabajadores, niveles de productividad y su medio ambiente.

El presente trabajo está enfocado en tres bases fundamentales la óptica del trabajador, sociedad y medioambiente esto implican directamente a la Responsabilidad Social aplicada a la empresa Uma Creativa proporcionando una referencia a un proyecto que impulse tanto la imagen de la empresa como la satisfacción de la misma.

CAPÍTULO 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1 Origen de la Responsabilidad Social

El origen de la RS no tiene un inicio sólido dentro de los fundamentos que permitieron que el concepto surja y organismos internacionales como la ONU y los Derechos Humanos que son un pilar dentro del principio del tema de responsabilidad social que hoy en día grandes empresas que son comprometidos en la aplicación de este concepto.

Las empresas están enfocadas más en desarrollarse como un ente económico que sea sustentable para los objetivos institucionales, sin embargo el bien común pasa a un segundo plano. Dentro del esquema sabemos también que la ideología de la Responsabilidad Social empresarial, nace a finales de los años 50 y principios de los años 60, en Estados Unidos como consecuencia de la guerra de Vietnam, los ciudadanos perciben que a través de su esfuerzo y trabajo están apoyando al crecimiento económico, político y social; como consecuencia la población comienza a exigir cambios no solo a favor del crecimiento empresarial si no también centrarse en los problemas que existe en la sociedad.

Luego de la depresión de 1929 los empresarios estadounidenses y europeos optaron por integrar a sus trabajadores a la gestión que realizaba la empresa, generando un ambiente favorable de trabajo y por ende mayor productividad. Los hechos trascendentales como la conferencia realizada en Estocolmo en el año 1972, el Informe Brundtland o el protocolo de Kyoto en 1997; el nacimiento de grupos civiles como Amnistía Internacional, Transparencia Internacional; las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, las Directrices de la OCDE o el mismo Pacto Mundial, el surgimiento de organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos, son todos, acontecimientos que han servido como bloques para levantar esta construcción social y medioambiental conocida como Responsabilidad Social Empresarial.

“Informe Brundtland, fue elaborado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, creada por las Naciones Unidas y presidida por Gro Brundtland, la primera ministra de Noruega. El informe Brundtland consolida una visión crítica del modelo de

desarrollo adoptado por los países industrializados e imitado por las naciones en desarrollo, destacando la incompatibilidad entre los modelos de producción y consumo vigentes en los primeros y el uso racional de los recursos naturales y la capacidad de soporte de los ecosistemas En este informe, se utilizó por primera vez el término desarrollo sostenible, definido como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones”. (Ambiente, 2011,pág.29)

Es por ello que surge la necesidad de otro modelo de desarrollo, el desarrollo sostenible; este desarrollo implica limitaciones, y exige la primera distribución más equitativa de los recursos y requiere de un gran apoyo político para ello.

Protocolo de Kyoto en 1997 tiene objetivos obligatorios relativos a las emisiones de gases de efecto invernadero para las principales economías mundiales que lo hayan aceptado. Estos objetivos van desde -8% hasta +10% del nivel de emisión de los diferentes países En casi todos los casos, incluso en los que se ha fijado un objetivo de +10% de los niveles de 1990, los límites exigen importantes reducciones de las emisiones actualmente proyectadas. Se prevé el establecimiento de objetivos obligatorios futuros para los “períodos de compromiso” posteriores a 2012. (Unidas, 1998,pág.33)

“AA1000SES proporciona un marco normativo para ayudar a las organizaciones asegurándose del compromiso y cumplimiento del interés social. La Norma AA1000SES (2011) establece el marco para el diseño, implementación, evaluación y comunicación de un compromiso de calidad con los grupos de interés”. (Standard, 2013,pág.26)

Los principios de esta norma son:

1. Involucramiento e integración.
2. Objetivo, enfoque y determinación de los grupos de interés.
3. Proceso de involucramiento.

La Norma AA1000SES (2011) describe como establecer la obligación al compromiso con los grupos de interés y la forma de integrarlo con la gobernabilidad, la estrategia y la operatividad; como determinar su propósito, alcance y con que grupos de interés tratar; y

los procesos necesarios para proporcionar un diálogo inclusivo y de calidad, y resultados valiosos.

La SA8000 es una certificación voluntaria la cual fue creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), con el propósito de promover mejores condiciones laborales. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, los derechos de los trabajadores, etc. Algunas de las más grandes empresas agrícolas exportadoras de banano, piña, tabaco, vino, frutas enlatadas y café procesado, cuentan con la certificación SA8000. (Social, 2002,pág.69)

1.2 Concepto de la Responsabilidad Social

La Responsabilidad Social Empresarial, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, donde la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental. De esta manera la empresa reconoce los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona, y engloba una visión enfocada en el respeto a la vida, las personas, los valores éticos, la comunidad y el entorno donde se desenvuelve.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial, es uno de los temas más amplios a nivel mundial por lo que se pueden encontrar varias definiciones que nos ayuden a profundizar y entender de mejor manera el tema, entre algunas de las definiciones tenemos:

Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de las partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones (Iso26000, 2010,pág.109)

Un concepto que engloba la Responsabilidad Social y que es muy claro al momento de relacionarnos con nuestra empresa directamente pero para ello cabe mencionar que en este contexto no encontramos el carácter voluntario que es manejado por otros autores a lo que ponemos total énfasis para aplicar correctamente un modelo de responsabilidad social que va mucho más allá de lo legal, la ética con la que debe ser manejada formando parte esencial del proponer un reflejo moral para la sociedad y la imagen empresarial.

La Responsabilidad Social de las empresas es en esencia, un concepto con arreglo voluntario contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio demostrando un desarrollo e integración mutua entre la empresa y la sociedad ya que parte de los derechos fundamentales ligados al buen vivir, la identidad que expresada a sus trabajadores y en general, frente a todos los involucrados de la empresa influye en su éxito.

“Responsabilidad Social trata de la forma en que las compañías administran los procesos de sus negocios para producir un impacto general positivo en la sociedad” (Baker, 2008, pág. 44).

Los factores internos son importantes a medida que se lleven procesos limpios, claros, establecidos en bien del trabajador y congruente con su desempeño interno como afuera de la empresa los resultados positivos a favor de las corporaciones y sociales se manifiestan a gran escala por lo que su importancia es grande.

Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa otorgado a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión.

“A través de la expresión de las ideas e identificación de los elementos conceptuales de la Responsabilidad social , se propone una definición precisa del concepto y se establece una clara diferenciación con otros términos relacionados con la misma, frecuentemente utilizados de manera no apropiada, como por ejemplo: acción social, reputación corporativa, ética empresarial, marketing con causa social sostenibilidad, entre otros.” (Momborg, 2007, pág. 89)

El concepto de Responsabilidad Social en las empresas se define en el libro verde como la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores pues las empresas son cada vez mas conscientes de que un comportamiento responsable genera éxitos comerciales duraderos. Sin embargo, la Responsabilidad Social consiste tambien en gestionar los cambios dentro de la empresa de una manera socialmente responsable, lo que ocurre cuando una empresa procura reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera aeptable para todas ellas. “Una gestión socialmente responsable de los cambios genera efectos positivos para la empresa a nivel macroeconómico”. (Padilla & Montenegro, 2006,pág.17)

Este concepto es un tema que abarca los factores económicos, sociales y ambientales como ejes importantes para la generación de un empleo digno de una retribución en las empresas, a su vez en la sociedad como factor clave de todo proceso productivo y en el entorno en el que se desenvuelve el medio ambiente.

Estos tres factores han sido claves para generar y contribuir a la vez, la Responsabilidad Social Empresarial, busca que el objetivo de empresas ahora no solo sea el de generar mayores utilidades, si no también crear un ciclo congruente con los factores internos y externos en los que se desenvuelve.

1.3 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Cada vez más los ejecutivos y las grandes corporaciones entienden que el desarrollo sostenible y sustentable no solo depende del manejo de sus inversiones y administración, si no que conjuntamente con las prácticas empresariales y sociales se puede ser más competitivo en el mercado, creando mayores oportunidades tanto a sus trabajadores como el beneficio propio esperado.

Las dimensiones de la RS, nos dará un una visión específica de lo que este tema de investigación abarca, cuáles son sus principales acciones dentro de la sociedad, la responsabilidad y la empresa.

- Dimensiones de (RS) Interna y Externa

Las dimensiones de responsabilidad social se dividen en dos tipos la interna y la externa. Al momento de hablar de dimensiones internas tomamos en cuenta cual es el impacto en los trabajadores de las empresas, el encargo de las materias primas, y las condiciones de trabajo de los mismos. Mientras que el aspecto externo abarca la sociedad en conjunto como lo son los proveedores, consumidores, clientes, contratistas o así llamados stakeholders o partes interesadas.

Las dimensiones internas, afectan directamente a los trabajadores de la empresa debido a las prácticas sociales, se toma en cuenta puntos como los recursos humanos, salud y seguridad ocupacional, factores conductuales como adaptación al cambio, y dentro de todo el ámbito de talento humano también se incluye los recursos naturales que se utilizan en el proceso de producción.

Las dimensiones sean internas o externas son conceptos de los cuales tienen semejanza como lo fundamenta la responsabilidad social logrando así las necesidades comunes y son:

- La transparencia: La información que proporcione las empresas para adoptar correctamente el concepto de RS debe dar a conocer en esencia el impacto presente y futuro.

- La participación: La comunicación que la empresa adopte con sus empleados, con los stakeholders lo cual facilita al momento de conocer que necesidades tienen cada uno de los involucrados en lograr aplicar la Responsabilidad Social correcta.
- Beneficio mutuo: Hablar de un beneficio mutuo es el mantener en equilibrio el proceso de Responsabilidad Social que se quiere implementar mismo proceso que se debe gestionar a largo plazo sin comprometer a la empresa en el desarrollo de sus operaciones futuras.

1.3.1 Dimensión interna.

A continuación enumeramos las dimensiones internas dentro de la responsabilidad social.

1.3.1.1 Gestión de los recursos humanos.

Uno de los temas que la empresa siempre entra en debate y que es muy importante es el tener trabajadores calificados que logren enfrentar los problemas que se les planteen con entusiasmo para de esta forma logren la permanencia en la empresa; esto parte de la mejora continua donde exista la igualdad de retribuciones, las perspectivas profesionales que cada empleado quiera alcanzar conforme exista el mayor interés del beneficio mutuo entre la empresa y con esto finalizar con la seguridad que todo individuo busca para satisfacer sus propias necesidades. Con prácticas responsables de contratación alcanzar el interés mutuo que involucra las prácticas y la lucha contra la exclusión social prevista en la estrategia de empleo satisfactorio.

1.3.1.2 Seguridad y salud en el trabajo.

A mayor medida que las empresas subcontraten empresas y organizaciones de salud y seguridad ya es un cambio muy grande para asegurar a sus empleados de una participación integral que influye directamente con su comportamiento ya que a mayor medida de interés por parte de la empresa el trabajo en las instalaciones es más satisfactorio. Los programas que alcancen las empresas frente a salud y seguridad certifican un ambiente consiente de todos los procesos y la calidad de servicio que la empresa entregara a sus clientes que beneficiaria en lugar de presionar a los empleados.

1.3.1.3 Adaptación al cambio

Una organización empresarial hace cambios en el personal y los departamentos de esta manera el cambio en los trabajadores y departamentos significa la preocupación entre los trabajadores y otros interesados porque el cierre o recortes crisis económica, social o política grave en las comunidades. El clima dicta muchos cambios en la estructura organizacional para adaptarse a los cambios del mercado. Alcanzar objetivos de reducción de costes, incremento de la productividad o la mejora de la calidad y del servicio al consumidor, ya que a menudo dañan la motivación, la lealtad, la creatividad y la productividad de los trabajadores.

Reestructurar, desde un punto de vista socialmente responsable, significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones para alcanzar el éxito de cualquier reestructuración, la forma es tan importante prepararse adecuadamente, identificando los riesgos, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias así como medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios.

1.3.1.4 Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales

Cualquier decisión y acción que tome la empresa tiene un impacto sobre el medio ambiente, ya sea a través del consumo de los recursos naturales, en general, la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes aumenta la competitividad y reduce el impacto sobre el medio ambiente lo que constituye un buen ejemplo de un planteamiento que posibilita la colaboración de las autoridades públicas y las empresas. Podemos mencionar las normas ISO vigentes que proporcionan una fuente de guía al momento de hablar sobre el impacto que cada empresa tiene frente al medio ambiente y la sociedad.

Norma ISO 14001 proporcionar a las organizaciones los elementos de un sistema de gestión ambiental (SGA) efectivo, que puede ser integrado con otros requisitos de gestión para ayudar a las empresas a conseguir objetivos ambientales y económicos. Un

sistema de este tipo capacita a la empresa para establecer y evaluar los procedimientos para fijar una política y objetivos ambientales. (Baum, 2013,pág.89)

La norma Iso mencionada proporciona a las empresas el entendimiento oportuno en la aplicación de un sistema de gestión ambiental que facilite el proceso limpio para el cuidado del medio ambiente

1.3.1.5 Trabajadores

Incluye a todas aquellas personas que desarrollan su trabajo en la empresa con un contrato, laboral o profesional, y a cambio de una retribución monetaria, tomemos en cuenta los propios trabajadores deben ser socialmente responsables con sus empresas, habitualmente esto implica tomar en cuenta el derecho democrático para que no exista los problemas laborales, sobre todo en los escándalos asociados por la corrupción que muchas veces suele existir. Encontramos dos grandes términos que fomentan parte importante del tema como son los derechos humanos, y los derechos laborales.

1.3.1.6 Derechos humanos

A nivel laboral son defendidos los derechos humanos de los trabajadores, con el debido respeto por la dignidad humana en el marco de la justicia y la equidad, como los establecidos ya en normas constitucionales y legales que son mandatos ineludibles para todos los países a escala universal, según lo demuestra con creces el Pacto Global de Naciones Unidas, decálogo empresarial por excelencia.

1.3.1.7 Derechos laborales

En cuanto a los derechos laborales, encaja marcar varios límites:

- El pacto global los contempla junto a los citados derechos humanos, precisando el derecho de asociación (sindicatos), la erradicación del trabajo infantil y forzado, la no discriminación por sexo o raza, etc.
- La normativa jurídica, es decir los códigos de trabajo o en los convenios internacionales suscritos en la Organización Internacional del Trabajo.

- La Responsabilidad Social empresarial va más allá de la ley, trasciende al plano ético e invoca, por consiguiente, la necesidad de un empleo digno y un salario justo, la no explotación del trabajador.

1.3.1.8 Accionistas o propietarios.

Las personas y entidades que directamente son los que tienen que involucrarse en el tema en función de la aportación ética que la empresa refleje a la sociedad y la transparencia con la que los directores de la misma gestionen todos los procesos dominantes claves para velar las acciones correctas buscando una participación solidaria con la comunidad y empresarios.

Por otra parte los principales ejecutivos de la empresa deben saber cuál es el ambiente en el cual sus empleados están laborando con el fin de buscar las soluciones mutuas.

"Sólo hay una y única responsabilidad social de las empresas: usar sus recursos para participar en actividades diseñadas para incrementar sus beneficios, siempre y cuando se mantenga dentro de las reglas del juego, es decir, se dedica a la competencia libre y abierta, sin engaño o fraude." (Friedman, 1962,pág.45)

1.3.2 Dimensión externa

La Responsabilidad Social también es muy amplia ya que podemos encontrar socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y organismos internacionales defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. La contribución de las empresas al medio ambiente es uno de los mayores desafíos de las empresas modernas es lo que ahora podríamos decir la imagen corporativa comprometida frente al control de cambio climáticos, el ahorro energético la protección a la flora y fauna con la implementación de métodos que sirvan para la preservación del mismo para lo cual se ven involucrados las comunidades y el entorno cercano a la empresa con una influencia positiva ante el entorno.

1.3.2.1 Comunidades locales

La Responsabilidad Social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno, el enfoque de participación será en la ciudad de Quito-Ecuador. Esto contribuye al desarrollo de las comunidades en este caso en el barrio que se encuentra ubicada la empresa en que se insertan. Según muchos autores entendidos en RS al momento que hablan de comunidad toman muy en cuenta, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan en si el afecto entre empresa y sociedad la ayuda mutua que se brinden entre las dos partes como una forma de negociación ganar-ganar

La creación de un mejor entorno social beneficia tanto a la sociedad como a las empresas, la sociedad gana al tener mejores vecindarios y mayores oportunidades de empleo; las empresas se benefician de una mejor comunidad, ya que la comunidad es la fuente de su fuerza de trabajo y el consumidor de sus productos y servicios.

1.3.2.2 Derechos humanos

La Responsabilidad Social de las empresas está sujeta a los derechos humanos, hace referencia a la OIT (Organización Internacional del Trabajo) ,los principios y derechos fundamentales en el trabajo que es planteada bajo esquemas éticos y misma que asegura el respeto a los valores y al enfoque que deben adoptar las organizaciones para sus empleados y Stakeholders. La libertad de agrupación y reconocimiento efectivo del trabajo eliminado el trabajo obligado, sin olvidar el trabajo infantil y la discriminación con respecto al empleo forman parte hoy en día los principales gestores de responsabilidad social lo que involucra a toda organización.

1.3.2.3 Problemas ecológicos mundiales

La Responsabilidad Ambiental es un tema que involucra desde las empresas hasta a los países cada vez se ve en la sociedad el aplicar nuevos procesos técnicos que gestionan la calidad de productos y con ello hacen frente a daños perjudiciales al medio ambiente y a los consumidores, también se debe evaluar el daño ambiental que esto refleja la aplicación de los procesos responsables con el cual comenzamos por una parte la actuar

frente a modelos que nos faciliten aplicar modelos de responsabilidad social. Todo ello ha motivado que la interacción de la organización y el medio ambiente se entienda como un elemento relevante para la integración de las variables medioambientales a los procesos de toma de decisiones empresariales. El concepto tradicional de empresa se va transformando al incorporar una serie de factores a la gestión empresarial como los relacionados con el entorno natural y el desarrollo sostenible, así como también el rol cada vez más activo de ONG´s y grupos ecologistas.

Las empresas en la actualidad deben tener en cuenta y considerar, no solo los beneficios económicos de las corporaciones si no también el impacto y la repercusión de sus actividades en el medio ambiente, deben comprometerse a implementar un sistema de gestión ambiental que ayude a reducir los deterioros que ocasionan. Las organizaciones deben sensibilizarse ante las demandas ecológicas de sus mercados, ayudando a la mejora y a la protección del sistema natural.

1.3.2.4 La función del estado en la responsabilidad social empresarial

Los cambios sociales solo pueden implantarse mediante la promulgación de leyes. No obstante, varios administradores en el ámbito de los negocios y en otras áreas, han encontrado beneficios en hacer algo para solucionar los problemas sociales.

Es muy importante tomar en cuenta las dimensiones de la Responsabilidad Social ya que el giro de negocio de las empresas hace que su relación con los clientes, proveedores, con la competencia, con la comunidad, la sociedad y su entorno natural se clave para el éxito o fracaso de la misma, ya que la manera en que maneja cada uno de sus elementos será el factor clave para generar o no valor a la organización y convertirse en un factor importante para la sociedad.

1.3.3 Otras dimensiones de la Responsabilidad Social

Dimensiones de la Responsabilidad Social

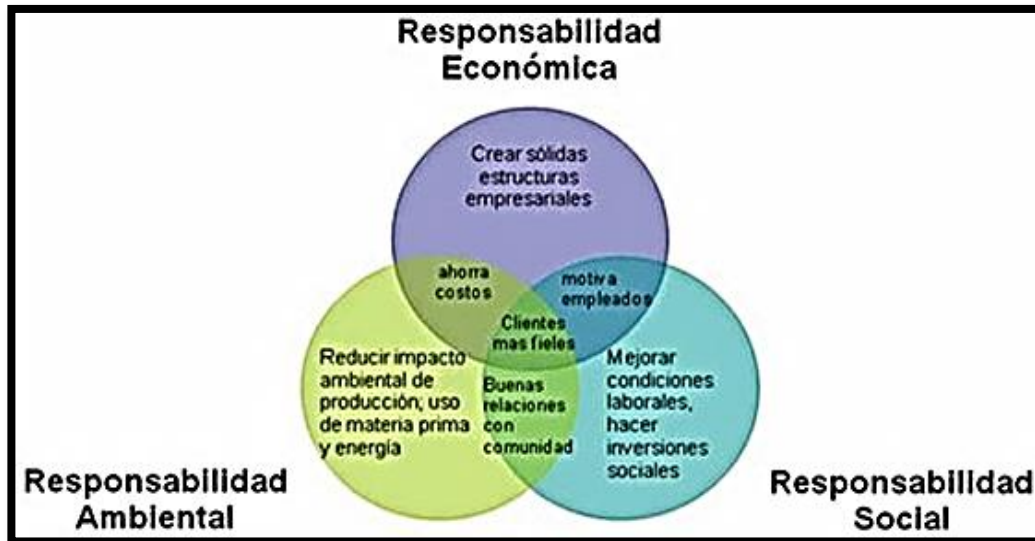


Figura 1.

Fuente: Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano, dimensiones de la responsabilidad social, responsabilidad social empresarial.

Los factores anteriormente explicados responden a un conjunto de elementos que se interrelacionan entre sí para crear una completa aplicación efectiva de la Responsabilidad Social Empresarial, todos los ámbitos económico, ambiental y social contribuyen en la empresa a disminuir costos y por ende ser más rentable y competitiva, por medio de la motivación que realiza a sus empleados como punto clave de un ambiente laboral y productivo, lo que conlleva a crear una buena imagen corporativa ante sus clientes y competidores, y generar confianza y estabilidad a trabajadores y clientes, y como resultado final crear buenas relaciones con la comunidad al ser un ente que respeta el ámbito interno y externo, desde su talento humano, el medio ambiente y crea conciencia de sus actividades a favor de una sociedad más justa y con mejores valores éticos.

1.3.3.1 Responsabilidad económica

El interés de toda empresa es encontrar un interés sólido mismo que permita desarrollar todas sus actividades de una manera más efectiva para obtener los resultados que la misma desea, la sostenibilidad que maneja la empresa en su entorno económico depende del buen manejo financiero que se aplique.

El cumplir las leyes laborales, el descuento de seguridad social parte de convenios importantes entre los empleados y empresarios así como también el salario justo son aspectos importantes para motivación y el cumplimiento eficiente de los interesados. Es preciso mencionar las características esenciales que son parte de la responsabilidad económica:

- Privilegiar la transparencia en el cumplimiento del marco legal local y gubernamental.
- Transparencia en resultados mediante auditorías externas.
- Responder a la confianza, lealtad de clientes y proveedores, mediante el cumplimiento oportuno de compromisos y obligaciones, financieras y comerciales.
- Eficiencia y ahorro de recursos en general para alcanzar resultados programados.
- Resaltar su compromiso empresarial del precio justo y la utilidad justa, componentes que son aplicables y alcanzables en un escenario competitivo y de calidad.
- Transparencia en el cumplimiento de obligaciones Tributarias y fiscales.

1.3.3.2 Responsabilidad social

La Responsabilidad Social dentro de una empresa va más allá cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde en actividades de mediante estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Para ello se debe:

- Garantizar puestos de trabajo dignos, con salario justo, con igualdad de oportunidades en su desarrollo integral y capacitación, y la eliminación de todo tipo de trabajo forzado.
- El ambiente de trabajo para el trabajador debe estar dentro del marco de la Seguridad y Salud Ocupacional.
- Impulsamos espacios de desarrollo participativo.
- Promovemos el cumplimiento de derechos de las minorías, no consentimos el trabajo infantil.
- Respetamos la diversidad, religión, etnia y afiliación política.
- Promovemos la integración familiar.

1.3.3.3 Responsabilidad ambiental

En la actualidad las empresas no solo se preocupan por la obtener ganancias es muy importante tener una imagen transparente para llegar a ser rentable cumpliendo de manera ética aspectos relevantes dentro del compromiso que la empresa desarrolle en el tema medioambiental produciendo compañías, optimizando recursos a la mano de la reducción de costos dando como resultado el cambio de comportamiento desde la empresa hasta su dimensión externa, evaluando todos los recursos naturales que la empresa utiliza para la creación de sus productos o servicios, como la energía eléctrica, el agua, materiales utilizados como materia prima, materiales utilizados para el empaque y embalaje.

- Prevención, control y remediación de aspectos e impactos ambientales
- Cumplimiento de la legislación ambiental vigente
- Establecer un sistema de gestión de desechos y migración al uso de productos biodegradables
- Concienciar a proveedores y colaboradores sobre control, contingencia y remediación de impactos ambientales

1.4 Niveles de la Responsabilidad Social Empresarial.

Las relaciones entre las dimensiones de la RSE y los niveles que alcanza es importante para distinguir, cuanta cobertura tiene la empresa y hasta dónde puede llegar, esto se manifiesta en distintos ámbitos, la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial puede ser tanto en el factor público como privado, individual o grupal, instituciones políticas y el Estado; por lo que cada empresa se acoge a estos puntos de acuerdo al escenario en el que se desarrolle, según el autor Manuel Reyno Momberg MBA Magister en Gestión Empresarial entre los niveles de Responsabilidad Social Empresarial son:

- **Responsabilidad básica o global:** Esta responsabilidad proviene del simple hecho de la existencia de la empresa en la sociedad y el cumplimiento de normativas y acciones que aseguren el bienestar de ésta. De esta manera, las empresas se encargan de las consecuencias de sus acciones en su entorno, medioambiente y en las personas, haciéndose cargo y asumiendo responsabilidades en los efectos que causen por el desarrollo de sus operaciones.
- **Responsabilidad institucional o de las organizaciones:** En este sentido las parten de las empresas y la relación que sostienen con todos aquellos que se ven involucrados en sus acciones y actividades en forma directa. Por lo que frente a ésta responsabilidad la empresa deberá acceder y estar dispuesta a dar cuenta de sus acciones a su entorno inmediato, como es su comunidad interna, proveedores y accionistas. Respondiendo a la vez las demandas que estos realicen, y a informar en cuanto al por qué de sus acciones.
- **Responsabilidad societal o contextual:** Este tipo de responsabilidad consiste en la conciencia por parte de la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, esto porque al mantener el bienestar de éste se está contribuyendo también a la continuidad de su desarrollo, por lo que esta responsabilidad se enfoca a alcanzar y mantener el desarrollo sostenible de la empresa.

1.5 Modelos de responsabilidad social

Las empresas buscan implementar dentro del desarrollo organizacional, un modelo que ayude a contribuir en la sociedad y el medio en el que se desenvuelve, el cual permita satisfacer la calidad de vida tanto de sus empleados como la sociedad y conservar el medio ambiente; por ello es esencial y vital para cumplir con los objetivos institucionales implementar un modelo de Responsabilidad Empresarial.

1.5.1 Normas ISO 26000

La norma ISO 26000, se culminó el 1 de noviembre de 2010, bajo el nombre “Guía de responsabilidad social”, esta guía ayuda a directivos a dar una directriz esencial sobre principios, elementos y todo lo relacionado a las Responsabilidad Social Empresarial.

El ámbito de aplicación de esta norma se los puede hacer tanto a empresas públicas como privadas, cualquier tamaño, ubicación, sector, etc. El principal objetivo de esta guía es ayudar a las corporaciones a implementar la RSE en todas sus actividades.

La Guía de Responsabilidad Social, demuestra siete principios básicos, que las empresas deberían tomar en cuenta para desarrollar la RSE, estos principios son elementales para la correcta aplicación y el desarrollo sostenible de las corporaciones, también específica que dichos principios son homogéneos y tienen la misma importancia uno del otro.

- Principio 1. Rendición de cuentas

Las organizaciones deberían ser responsables por sus impactos en la sociedad y el medioambiente proponiendo la evaluación de la misma para rendir cuentas ante las autoridades competentes los que controlan los interés de la organización frente aspectos muy importantes como lo son la sociedad, la economía y el medio ambiente, y estas acciones tomadas deben ser para en el futuro prevenir la repetición de impactos negativos espontáneos.

- Principio 2. Transparencia

Claro en sus decisiones y actividades que impacten a la sociedad y el medio ambiente. Las organizaciones deberían revelar de forma transparente, precisa y completa la

información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que son responsables, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. La información debería estar fácilmente disponible y accesible para los interesados.

Una organización debería ser transparente en cuanto a:

→ El alcance que ha tenido la empresa y su influencia en su cuanto su dimensión interna y externa.

→ La manera en que se toman, implementan y revisan sus decisiones, incluyendo la definición de roles, responsabilidades, formas de rendir cuentas y autoridades en las diferentes funciones de la organización. Tener las reglas claras y sobre todo acatar las disposiciones y regulaciones que son impuestos por organismos internos del propio país.

→ Aplicar correctamente las normas que son esenciales en la responsabilidad social como por ejemplo la norma ISO26000 para de esta manera desempeñar su actividad con responsabilidad significativa.

→ El recurso financiero de la empresa sea adecuado cumpliendo las disposiciones frente organismos reguladores como por ejemplo el Servicio de Rentas Interna en el Ecuador con la finalidad de justificar las actividades con criterios mucho más éticos.

- Principio 3. Comportamiento ético

En el comportamiento ético nos sustentamos con el tema de la ética empresarial ya que dentro de ella encontramos los valores, normas y principios de la cultura empresarial para encontrar el equilibrio entre sociedad y empresas con honestidad, equidad e integridad, estos valores implica el respeto por las personas, animales y medio ambiente y el compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones de sus partes interesadas respetando los derechos reconocidos a nivel mundial.

La ética empresarial propone el combatir

→ La corrupción.

→ La molestia o persecución laboral.

→ La manipulación para intereses propios.

→ Los engaños.

→ La responsabilidad de las actividades para no afectar el medio ambiente.

→ La no discriminación: raza, género, sexo, edad, religión etc.

La ética parte de nuestro diario vivir y es importante aplicarla en cualquier lugar, dentro de nuestro lugar de trabajo para así llegar a conseguir un ambiente apropiado para los empleados.

- Principio 4. Respeto a los intereses de las parte interesadas

Consiste en que una Organización debería respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas. Aún y cuando los objetivos de la organización podrían limitarse solo a sus dueños y socios, clientes o integrantes, otros individuos o grupos, también podrían tener derechos, reclamaciones o intereses específicos que se deben tener en cuenta. Colectivamente estas personas constituyen las partes interesadas de una organización.

- Principio 5. Respeto al principio de legalidad

La legalidad es sinónimo de obligatoriedad dentro de este esquema nos referimos a que ninguna organización está por encima de los entes controladores o de los Gobiernos. El acato a este principio implica que una organización practica con todas las leyes y regulaciones aplicables. En el contexto de la Responsabilidad Social, el acatamiento a la ley implica que una organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables. Esto involucra que una organización debería dar los pasos necesarios para conocer las leyes y regulaciones aplicables para informar a aquellos dentro de la organización de su obligación de cumplirlas e implementar medidas para que se cumplan. Para ello se debe:

→ Una empresa debe hacer cumplir las leyes que son implantadas en su país mismas que son reglas por organismos dentro de estos tenemos; la Procuraduría General del Estado, Ministerio Público, Comisión de Control Cívico de la Corrupción, Comisión de Control Cívico de la Corrupción y de las superintendencias como son señaladas en la constitución del Ecuador.

→ Certificar que sus relaciones y actividades están dentro del marco legal previsto y oportuno.

→ Amparar la información de todas las obligaciones legales.

→ Examinar periódicamente su cumplimiento.

- Principio 6. Respeto a la norma internacional de comportamiento

El respeto de la normatividad internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto de legalidad. La organización debería esforzarse por respetar las normas internacionales aún y cuando la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales. Una organización deberá evitar ser cómplice en las actividades de otra organización que no sean coherentes con la normatividad internacional de comportamiento.

→ En países donde la ley o su implementación no proporcionen las salvaguardas ambientales o sociales mínimas, una organización debería esforzarse por respetar la normativa internacional de comportamiento.

→ En países donde la ley o su implementación entran significativamente en conflicto con la normativa internacional de comportamiento, una organización debería esforzarse por respetar tales normas en la medida de lo posible.

→ En situaciones en las que la ley o su implementación entran en conflicto con la normativa internacional de comportamiento y en las que se el hecho de no cumplir con esa normativa implique consecuencias significativas, una organización debería, en la medida de lo posible y pertinente, revisar la naturaleza de sus relaciones y actividades en esa jurisdicción.

- Principio 7. Respeto a los derechos humanos

Consiste en que una organización debería respetar los derechos humanos y reconocer tanto su importancia como su universalidad. Una organización debería promover el respeto de los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones cuando la ley o su implementación no proporcionen la protección adecuada.

La ISO 26000, indica que las empresas deben saber y entender la situación actual y como se relaciona la RSE hacia las actividades, por ello indica que “la organización debe determinar cómo se relaciona con ellas, tanto en cuanto a sus características como al contexto en el que actúa. En concreto, la organización debería tener en cuenta:”

→ Sus rasgos más característicos (tipo de organización, tamaño, sector, propósito).

- Las localizaciones en las que opera (el marco legal de la RS y el contexto económico, social y medioambiental).
- La historia de sus actuaciones en materia de RS.
- La tipología de sus trabajadores o empleados.
- Las organizaciones sectoriales en las que participa y cómo se relacionan con la RS sus actividades, en el marco de estas organizaciones.
- Su misión, su visión, sus valores, sus principios y sus códigos de conducta.
- Los intereses y expectativas de sus partes interesadas y de la sociedad.
- La estructura y naturaleza de su toma de decisiones.
- La cadena de valor en la que se integra.

(Antonio Argandoña, Ricardo Isea Silva, 2011, pág.98)

La guía también señala dos elementos fundamentales, las partes interesadas deben tener participación activa en el proceso de toma de decisiones, y se debe tomar en cuenta que la RS tiene que ir más allá no únicamente del cumplimiento en si dicho si no de una política integral que ayude a fortalecer los objetivos institucionales y abarque el desarrollo social y sostenible.

1.5.2 El Libro Verde, de la Comisión Europea

La aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, tiene como objetivo el crecimiento económico y responsable. que sea competitivo y se identifique por el desarrollo y aporte social que resulte de sus actividades comerciales; por tal motivo la Comisión Europea publica en julio de 2001 el Libro Verde basado en la RSE como eje principal de las operaciones dentro de la empresa.

La publicación contempla un amplio debate de la aplicación de la RSE no solo en la Unión Europea, si no a nivel mundial como ejemplo de una economía que contribuya al crecimiento sostenible y fomente la participación del concepto en todas las áreas, y se adapte a todo tipo de empresas las cuales acojan sus actividades a las particularidades,

por tal motivo se han presentado iniciativas y elementos cada vez más innovadores, como la transparencia y la comparabilidad.

La RSE se encuentra siempre en debate entre la economía y la responsabilidad que deben tener las empresas, estos factores son contemplados en la mayoría de los casos en forma individual y no en conjunto, el reto más grande para las empresas en el mundo con la perspectiva de la Responsabilidad Social empresarial es formar este dualismo en uno solo y que sea uno de los objetivos principales de las corporaciones.

Es importante saber la situación de la empresa, en donde se encuentra y hacia dónde va, para lo cual el Sr. Josep M. Lozano Director del Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES) de ESADE expresa cinco perfiles corporativos que hacen referencia a la comprensión de la RSE.

→ Perfil legalista.- Este perfil implica la RSE con la normativa legal vigente, y todos sus factores, impuestos, seguridad en el trabajo, derechos de los trabajos, medioambientales, entre otros. Estos factores en si enmarca la ley y su aplicación en todos los ámbitos en que la empresa se desenvuelve.

→ Perfil Instrumental.- Este perfil según el Libro Verde, se desarrolla en un solo enfoque la Responsabilidad Social Empresarial, como una obligación de la empresa en donde se puede detectar los problemas, y dar soluciones; a todas las personas o entidades que se relacionan con la misma, y por ende puedan ser afectadas por las actividades que las corporaciones realizan; a este grupo el autor R. Edward Freeman los denomino “stakeholders”, denominación que más adelante, será detallada a profundidad.

→ Perfil Sectorial.- En este punto se toma a la RSE como parte de la empresa, pero que no necesariamente tiene una relación directa con la esencia principal del negocio, el objetivo principal es buscar beneficios especialmente para la empresa y secundariamente en lo referente a la acción social.

→ Perfil Estratégico.- Este perfil da la mayor importancia al ámbito de aplicación de la RSE, y se desarrolla en todas las actividades en que se desenvuelva la empresa.

→ Perfil de Identidad.- La Responsabilidad Social Empresarial, abarca la visión de la empresa que se desarrolla con los principios y valores corporativos en donde el factor social es clave para el progreso y el buen funcionamiento de la corporación.

Los perfiles corporativos antes explicados se los puede comprender de manera individual ya que en algunos casos pueden llegar a una contraposición, la diferencia de cada perfil como lo describe Director del Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES) de ESADE, no se trata de contenido más bien cada perfil trata de combinar los elementos básicos de la Responsabilidad Social Empresarial.

La Comisión Europea remitió al Parlamento Europeo en marzo del 2006, una serie de medidas para fomentar las prácticas y extender la Responsabilidad Social corporativa dentro de esta tenemos las siguientes:

En el mismo detalla “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de responsabilidad social de las empresas” (Lizcaino, 2006, pág. 29)

- Aumento de la sensibilización e intercambio de las mejores prácticas.
- Apoyo a las iniciativas multilaterales.
- Cooperación en los estados miembros.
- Información en los consumidores y transparencia.
- Investigación.
- Educación.
- PYME.
- Dimensión internacional.

La correcta aplicación de los puntos detallados anteriormente se convierte en una estrategia para las organizaciones, y una buena gestión empresarial.

1.5.3 Grupo de Estudios Sociales y Económicos del Tercer Sector (GESES)

El Grupo de Estudios Sociales y Económicos del Tercer Sector (GESES), está conformado por un grupo de profesores de la Universidad de Zaragoza, mismo que vienen realizando una serie de estudios relacionados a la economía social, actualmente se encuentra trabajando en un modelo de auditoría social, y en una investigación sobre la eficiencia y la Responsabilidad Social en las empresas.

Los investigadores del (GESES), han explorado algunos elementos a las preguntas planteadas en el Libro Verde, por lo que a continuación se detalla las opiniones y elementos que se plantean los profesores del Grupo de Estudios Sociales.

“Consideramos que la RS es un recurso más de las organizaciones, pero como tal en la estrategia comercial no debe ser utilizada para captar, sino para mejorar los desequilibrios” (GESES, 2001). La ventaja competitiva, va a ser evidente ya que la mayoría de los consumidores apoyan a empresas que opten no solo por el beneficio individual si no el colectivo.

La Comisión Europea, plantea la pregunta de cuáles son las razones por la que las empresas pueden asumir su Responsabilidad Social, las expectativas, ámbitos, beneficios que pueda tener la empresa; para esto la respuesta de la (GESES), se da en tres razones principales en las que se detalla un modelo de Responsabilidad Social, entiende también que el principal objetivo de las empresas es el beneficio, sin embargo destaca que no debería ser así, si bien es cierto se intenta un cambio progresivo en donde el principal objetivo sea el desarrollo sostenible.

Tabla 1. Razones señaladas por la Comisión Europea

Razón	Ámbito	Lógica
Conciencia directivo	Individuos	Reciprocidad
Legitimación actividad	Organizaciones	Prestigio
Prevención de riesgos	Sociedad	Co-responsabilidad

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Nota: Las razones que señala son tres: conciencia directivos, legitimar su actividad, eliminar riesgos futuros, muestra el ámbito de aplicación con el que la Responsabilidad Social podría desarrollarse en la empresa, el principal objetivo del apartado anterior es conservar el dinamismo en la sociedad sin vulnerar las buenas prácticas.

La reciprocidad que las corporaciones contribuyan a su sociedad y el prestigio que demuestren las mismas en asuntos no solo económicos si no también sociales y medioambientales, se reflejara a futuro como un beneficio de menores riesgos sociales y un mayor equilibrio.

Los códigos de conducta, han sido asumidos por las empresas como resultado del interés cada vez más grande de los consumidores por el impacto social y ambiental, estos códigos son instrumentos que promueve los derechos humanos, el derecho laboral, del medio ambiente y medidas de corrupción. Estos códigos sin embargo son adicionales a las legislaciones de cada país y puede ser una medida que se pueda aplicar a los procesos de cada corporación.

La elaboración de los códigos de conducta, para las buenas prácticas que sean implementadas y apoyadas por las organizaciones, debe centrarse en el medio ambiente, el impacto dentro de las empresas y fuera de la misma para poder obtener los resultados enmarcados dentro de la RSE.

1.5.4 Modelo Stakeholder.

El modelo Stakeholder, se entiende como todo el grupo de personas que se ven afectados por el desempeño positivo o negativo de la empresa; por ende las decisiones que tomen los directivos afecta directamente a todos sus involucrados tales como empleados, proveedores, inversores, comunidad, accionistas, asociaciones empresariales, clientes, competidores, dueños, gobierno, vendedores, familia, etc.

Standford Research Institute (SRI), hace referencia por primera vez a la idea de un grupo de interés llamado stakeholder en los años sesenta; y detalla a los mismos como grupos fundamentales para el buen funcionamiento de la empresa.

La definición de Stakeholder lo hace posteriormente el Sr. Edward Freeman en 1983, en su obra “Strategic Management: A Stakeholder Approach” quien expresa que los stakeholders son los grupos que afectan o son afectados por las actividades de la empresa.

En español stakeholder significa participante, inversor, accionista; ya que desde la perspectiva de las empresas se utiliza para hacer referencia a los grupos de interés que tiene una empresa.

Este modelo se entiende como un grupo de personas que integran o se relacionan en todas las actividades de la empresa y de los cuales dependen cada proceso para llegar a su producción final ya sea de bienes o servicios. Existen diversos grupos en los que actúan los stakeholders, y se los puede dividir en dos grupos primarios y secundarios los cuales se detallan a continuación:

- Grupo Primario:

El grupo primario tiene una relación directa e indispensable para la empresa, dentro de este grupo encontramos a las personas que tiene una relación económica con la corporación entre estos tenemos proveedores, accionistas, clientes y trabajadores.

- Grupo Secundario:

Al contrario de los stakeholders primarios tienen una relación directa con la empresa, pero a su vez pueden las acciones de la empresa puede afectar a este grupo de interesados; dentro de esta clasificación se encuentran los medios de comunicación, distribuidores, ONG's, competidores, etc.

Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Empresarial, tienen varios elementos que se complementan y de los cuales se puede formular un nuevo modelo que se pueda aplicar a las empresas que manejan actividades socialmente responsables.

Como vimos anteriormente las decisiones que se tome en la empresa afecta a los grupos de interés que los vincula, por este motivo es importante tomar en cuenta los siguientes elementos que Verant, una Consultora Estratégica en Responsabilidad Social Empresarial, nos indica.

Elementos principales:

- **Grupos de Interés:** las empresas conocen cuales son los grupos de interés, sin embargo es necesario reconsiderar por un momento y detallar que sectores estratégicos benefician a la compañía; y recopilar información de cada uno de ellos para saber qué relación histórica tuvimos, tenemos actualmente y podríamos tener en un futuro.
- **Ponderar:** todos los stakeholders son importantes para la empresa, sin embargo es importante reconocer que grupo tiene mayor impacto para mi compañía, para ello se debe ordenar a los distintos grupos según sea la prioridad del caso; como beneficio se tendrá más claro el procedimiento para resolver cualquier inconveniente.
- **Dialogar:** es una de la manera más importante de recolectar información de los grupos de interés de la empresa, existen muchos medios con los cuales se puede receptar esta información, lo importante es saber cuál es la mejor opción según cada grupo de interés y que nos permita tomar decisiones en un futuro.
- **Evaluar las consecuencias:** saber evaluar oportunamente nuestras posibles acciones previene a la empresa de cualquiera mala decisión, es importante analizar a que stakeholders afectamos o no con nuestra gestión, de tal modo que se beneficie al grupo de interés con mayor peso en la empresa en corto plazo y como respuesta de la RSE, se equilibre a los stakeholders afectados a largo plazo, para poder tener un balance equitativo.
- **Rendir Cuentas:** un factor clave para el desarrollo y la aplicación de la RSE, en la difusión de la información en este caso a los diversos grupos de interés que existen en la empresa.
- **Mejorar Continuamente:** los constantes cambios que existen en las organizaciones y en su entorno, requiere que todo el proceso descrito anteriormente se retroalimente, ya que los grupos de interés pueden cambiar así como la ponderación que de cada uno, por

lo que es indispensable tener actualizada la información con el fin de que se convierta en una herramienta para la toma de decisiones.

Los pasos descritos anteriormente muestran como la RSE puede ser aplicada en las organizaciones para beneficio de todos los stakeholders, y convertirse en un modelo de gestión que brida beneficios a las partes involucradas directa o indirectamente.

1.5.5 Modelo de responsabilidad social aplicado a la óptica del medio ambiente.

Dentro de la normativa de responsabilidad social encontramos un punto clave que es el enfoque al medio ambiente, para la aplicación dentro de una empresa y la obtención de resultados uno de los métodos más utilizados a nivel mundial para la evaluación, el desarrollo y la obtención de resultados de manera adecuada en el medio ambiente es la utilización de listas de chequeo y la aplicación de buenas prácticas ambientales. Sea el caso de una empresa de servicios o una empresa de producción se realizaran los debidos ajustes del modelo

Principales puntos del modelo:

1. Aplicación de listas de chequeo en la empresa:
2. Informe de listas de chequeo
3. Determinar políticas ambientales, gestión responsable y compromiso ambiental.
4. Aplicación de buenas prácticas ambientales y obtención de resultados.
5. Conclusiones y recomendaciones.

Lista de chequeo 1: Materia primas, auxilio y materiales para la producción:

- Utilización eficiente de las materias primas y evaluación del impacto ambiental:

Evitar pérdidas de materias primas

Control de consumo de materias primas

Elaboración de planes de mantenimiento preventivo

Reparación de pérdidas tuberías y equipos.

Lista de chequeo 2: Residuos

- Manejo integral de los residuos lo que implica la reducción, reutilización, reciclaje y la correspondiente disposición de los residuos.

Control de la cantidad de residuos.

Disposición de residuos sin causar riesgos.

Reutilización y reciclaje de residuos.

Colocación de contenedores apropiados para la recolección de residuos.

Evitar y reducir material de embalaje.

Lista de chequeo 3: Almacenamiento y manejo de materiales

- Almacenamiento, manejo y transporte apropiado de los materiales.

Depósito y seguro para sustancias peligrosas.

Control de materia prima al recibir del proveedor.

Evitar pérdidas de productos terminados.

Disposición adecuada del embalaje de las sustancias peligrosas.

Manejo seguro durante el transporte del material.

Sistema de depósito asociado.

Evitar pérdidas de materias primas durante el almacenamiento.

Lista de chequeo 4: Agua y agua residual

- Disminución del consumo de agua y de la cantidad de aguas residuales y de su contaminación.

Control del consumo de agua en la empresa.

Tratamiento del agua residual.

Reducción de la contaminación del agua residual.

Evitar bloqueos del agua residual.

Ahorrar agua durante procesos de limpieza.

Reducción del consumo de agua en el proceso productivo.

Evitar derrames.

Remplazo de las partes defectuosas que causan goteo.

Reutilización y reciclaje de agua.

Lista de chequeo 5: Energía

- Reducción de utilización de energía, utilización de calor perdido y fuentes menos contaminantes de energía.

Control del consumo de energía en la empresa.

Sistema eléctrico de emergencia.

Eficiencia energética del nuevo equipo.

Programa de mantenimiento preventivo.

Optimización de los equipos de enfriamiento.

Producción eficiente de agua caliente y electricidad.

Reducción del consumo de los costos de energía.

Evitar pérdidas de energía.

Instalación adecuada de artefactos eléctricos.

Lista de chequeo 6: Seguridad en el trabajo y protección de la salud

- Protección contra accidentes, sustancias peligrosas, ruidos, mal olor y lesiones.

Reducción de los riesgos de accidentes.

Reducción de los niveles de ruido.

Evitar olores molestos.

Control eficiente de las emisiones.

Reducción de los riesgos para la salud.

Medidas preventivas para el caso de incendios.

Minimizar el peligro de incendios.

Medidas de para casos de accidentes.

Garantizar un lugar seguro para trabajar.

Disponibilidad de ropa para el personal de seguridad.

1.6 Bases jurídicas

Como se había expuesto el desarrollo de la RS en el Ecuador es normado ahora por La Norma ISO 26000:2010 que la estructura el mecanismo que se debe aplicar para su correcto funcionamiento, para que la RS pueda funcionar legalmente, dentro de su texto señala “Modelo que proporciona las guías para el desarrollo de la Responsabilidad Social en cualquier Organización” (26000, 2010), como guía para la correcta y debida aplicación de la RSE donde claramente hace énfasis en que el desempeño de una organización con la sociedad y con su impacto con el medio ambiente será una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz proporcionando la mejor orientación sobre los Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier la empresa.

Los asuntos y/o capítulos que presenta la Norma ISO 26000:2010 a través de su índice son los siguientes:

- 1.- Objetivo y Campo de aplicación
- 2.- Términos y definiciones
- 3.- Comprender la Responsabilidad Social
- 4.- Principios de la Responsabilidad Social
- 5.- Reconocer la Responsabilidad Social e Involucrarse con las partes interesadas
- 6.- Orientación sobre Materias Fundamentales de Responsabilidad Social
- 7.- Orientación sobre la Integración de la Responsabilidad Social en toda la Organización

1.6.1 La base legal de la Responsabilidad Social en el Ecuador

El conjunto de Leyes que contempla la Constitución de la República en el Ecuador es fundamental, ya que fija la organización política del Estado estableciendo derechos y obligaciones para todos los ciudadanos del país.

Dentro de todos sus ámbitos entre los más relevantes para nuestra investigación los artículos con Título II: Derechos, Título VI: Régimen de desarrollo y Título VII: Régimen del buen vivir, los cuales establecen un conjunto de normas que están relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial, si bien su ámbito de aplicación se da exclusivamente para las instituciones públicas el objetivo de las mismas es el común.

CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA UMA CREATIVA

2.1 Historia de la empresa

Uma creativa es una sociedad anónima que nace en legalmente en julio del 2007. Conformada por cuatro amigos que trabajaron en distintas agencias de publicidad accionistas donde se adquirió la experiencia necesaria para crear una empresa de cambio. William Franco - Creativo, Laura Guerrero – Ejecutiva de cuentas, Orlando Vega - Creativo y David Chandi – Director de arte.

Es una comunidad de creativos y redactores produciendo contenidos innovadores que están cambiando la comunicación de Ecuador. Una cabeza que convierte palabras en cualquier formato de ideas, redacta soluciones nuevas de un mensaje, incorpora vanguardia a la comunicación, entrega éxito a los clientes.

Agencia especializada en la creación y producción de campañas publicitarias, comerciales, sociales y políticas con resultados exitosos y de gran impacto en el Ecuador, constituida por un grupo de profesionales jóvenes y emprendedores., se encuentra ubicada en el distrito metropolitano de Quito, en las calles Flores Jijón E17 – 185 y Sotomayor, Sector Bellavista, está conformada por 49 personas, según la nómina de empleados que rige en el Ministerio Relaciones Laborales.

La empresa desde el 2012 inicia con más fuerza participativa en el mercado Ecuatoriano lo cual ha hecho que la empresa sea reconocida con premios nacionales e internacionales gracias al aporte de sus empleados que han sido una parte fundamental de esta empresa lo cual forma una vinculación eficiente entres todos los que participan directamente en el beneficio de Uma creativa.

Su organigrama está organizado de manera funcional para mantenemos una buena y constante comunicación entre los directores de área y su personal de trabajo, las opiniones para generar cambios incluso internos de ser necesarios.

La capacitación a su equipo de trabajo dependiendo del área al que el colaborador pertenece, es el motivo para entregar más conocimientos generamos más efectividad en el resultado. Apoyado con recursos económicos o auspicios sin fines de lucro a eventos culturales.

La unión de conocimientos para trabajar en proyectos que forman parte de la historia de la empresa. Dar un sentido a la publicidad en el Ecuador es parte del legado que Uma está generando como por ejemplo:

- El proyecto más emblemático fue la campaña contra el machismo, el cual fue efectivo y llegó a generar un cambio real en las estadísticas de las denuncias de maltrato, dio mucho de qué hablar por casi un año.
- El proyecto Ecuador Ama la Vida, generó orgullo al país, dio un giro en la manera de vernos como ecuatorianos y bajo este concepto nos hizo acreedores de elogios internacionales. Seguida por la campaña que se expandió al mundo All you need is Ecuador.

Durante estos 7 años de intenso trabajo, se han obtenido varios premios entre los más destacados premios del ciudadano común, universidades y el Cóndor de oro. Además premios internacionales como el Ojo de Iberoamérica y Fepi.

La empresa Uma creativa maneja un manifiesto basado en:

Para cuestionar, para luchar contra lo que afecta a la sociedad y a nosotros mismos, estamos para cambiar las cosas, para reemplazar los sueños por acciones, la palabra por la ejecución, para hacer de las ideas motores de transformación. Todo lo que hacemos y haremos debe ser trascendente.

¿Qué une a Uma?, ¿Cuál es el factor común que nos hermana? es simple: El talento, el crear con talento.

Sin importar el lugar desde dónde estemos, la creatividad y el talento son los ejes transversales de todas nuestras acciones y de nuestras vidas.

Creemos profundamente que la creatividad y el talento necesitan de condiciones óptimas para su desarrollo, como lo son un buen ambiente, paz, tranquilidad y sobre todo respeto e igualdad.

Esta búsqueda de un escenario ideal para crear no es gratuito, tiene un fin: revolucionar la comunicación, para revolucionar la sociedad, sea cual sea la naturaleza de los proyectos, privados, públicos o lo que sea. Cada proyecto es una oportunidad en la que con humildad podemos mostrar nuestro talento y, aún más importante, una oportunidad para poder ser constructivos con la sociedad, una sociedad que espera y merece lo mejor de nosotros.

Creemos que ha llegado el momento de asumirnos como un colectivo, con ideas propias, con un objetivo claro, que toda esta experiencia acumulada y todo este talento transformador, salga de las paredes de Uma y se desborde por calles y veredas. (creativa, 2007, págs. 10-79)

2.2 Información empresarial

La empresa Uma creativa tiene como misión y visión.

2.2.1 Misión

Entregar creatividad y efectividad, donde se respira talento, donde las ideas de altísimo valor cambiarán la forma de pensar del público, creando así una relación estrecha con los clientes. Creando marcas que hacen crecer a sus clientes, siendo memorables.

2.2.2 Visión

Ser una empresa reconocida en el mercado local y regional por la calidad de las ideas, ya que nuestra meta implica conquistar otros mercados, llevar a nuestras marcas, nuestro país, a otros límites.

Detectar insights o verdades universales que conecten a la gente con las marcas y muevan corazones, siempre siendo originales e innovadores en nuestro trabajo.

2.2.3 Objetivos

Dentro de los objetivos en la empresa encontramos en el esquema:

- Objetivos generales

→ Ser una empresa altamente competitiva ofreciendo los mejores servicios en el ámbito publicitario en el Ecuador.

→ Lograr un posicionamiento en el mercado ofreciendo una amplia gama de servicios publicitarios en el entorno público y privado mostrando calidad en cada uno de los mismos.

→ Utilizar la máxima capacidad de los recursos tecnológicos para maximizar las expectativas de los clientes

- Objetivos específicos

Elaborar campañas publicitarias con ideas creativas para la continuidad del posicionamiento dentro del mercado de agencias.

→ Ser una imagen corporativa responsable con óptima calidad en cada uno de los servicios que son entregados.

→ Contar con el personal capacitado para el trabajo eficiente dentro de la institución capaz de cumplir con todas las disposiciones y que son requeridas en un mercado altamente competitivo.

→ Aportar soluciones de valor añadido a los clientes para que crezca la notoriedad de sus marcas, su cifra de negocio y su rentabilidad.

2.2.4 Políticas:

- Está prohibido atender visitas de tipo personal en las dependencias de la empresa, durante las horas de trabajo, salvo las autorizadas por su superior y, siempre y cuando estas visitas cumplan con los requisitos de protección y seguridad establecidos.

- Presentarse al trabajo en manifiesto estado de embriaguez o con síntomas inmediatos de ello, o bajo la acción de drogas o estupefacientes. Incurrir en la presente prohibición será sancionado con visto bueno.

- Quedará sujeto a investigación y sanción en caso que lo amerite cualquier denuncia sobre acoso laboral y/o sexual.
- Ofender o agredir a sus superiores y/o a sus compañeros de trabajo; practicar juegos bruscos o utilizar lenguaje soez durante las horas de trabajo, en el lugar de labores. Incurrir en la presente prohibición será sancionado con visto bueno.
- Desprestigiar o desacreditar a la empresa de cualquier manera. Propagar rumores que afecten el buen nombre de la misma, sus funcionarios o trabajadores o que produzcan inquietud entre éstos.
- Utilizar y prestar sin permiso de la empresa, herramientas, enseres, materiales de la empresa, ocupar papelería membretada o con logotipo de la empresa, tomar el nombre de la compañía, etc., o emplearlos en uso distinto de aquel que está destinado. Incurrir en la presente prohibición será sancionado con visto bueno.
- Brindar informaciones sobre actividades de la empresa, sin autorización expresa.
- Causar daños de cualquier naturaleza a la empresa y a sus bienes, edificios, máquinas, equipos o instalaciones, así como retrasar deliberadamente o ejecutar mal su trabajo.
- Vender, regalar o apoderarse sin permiso del superior o gerente de la compañía; de herramientas, enseres, etc., aun cuando sean de desecho.
- Cometer cualquier acto que signifique, abuso de confianza, fraude u otros que impliquen comisión del delito, contravención penal o constituirse en cómplice o encubridor de los mismos. Una se reserva el derecho de ejercer las acciones civiles y penales que la ley señale en estos casos, sin perjuicio de la sanción laboral que corresponda.
- Permitir el ingreso a las instalaciones de trabajo de terceros, sin tener autorización para aquello.
- Averiguar, inquirir o interesarse en la vida de los clientes de la empresa y exigirles propina por los servicios prestados. Incurrir en la presente prohibición será sancionado con Visto Bueno.

Imposición de sanciones

El trabajador que no cumpliera correcta y eficazmente sus obligaciones, o contraviniera a las disposiciones legales o reglamentarias vigentes será sancionado bajo las siguientes circunstancias modificativas de responsabilidad y estarán a criterio de quien imponga la sanción respectiva:

Atenuantes:

- Por primera vez.
- Por ligereza.
- Por ignorancia.
- Sin perjuicio grave para la empresa o su personal.

Agravantes:

- Reincidencia.
- Con advertencia plena.
- Con malicia notoria.
- Con daño para la empresa o su personal.

Las sanciones a los trabajadores de la empresa se aplicarán en función de la gravedad de la falta y de la reincidencia de la misma, de acuerdo al siguiente orden:

- Amonestación verbal por faltas leves.
- Amonestación escrita o multa que no podrá exceder del 10% de la remuneración diaria.
- Terminación de la relación laboral, previo visto bueno.

Herramientas de trabajo

- La administración de Uma creativa designa al personal equipos, sistemas y herramientas para la ejecución de las actividades laborales, con la autorización respectiva, convirtiendo a las personas en usuarios responsables y custodios de estos recursos. La utilización de estos equipos y sistemas tiene por objeto brindar facilidades

para cumplir con los fines laborales de cada área o ambiente a los que han sido asignados.

- El uso de los recursos informáticos es para asuntos relacionados con la labor administrativa, profesional y operacional para el que fue designado, siendo el uso personal limitado.
- No está permitido imprimir trabajos personales empleando los recursos de Una creativa (papel, tóner, tinta, cinta, etc.)
- No deberá usar los recursos para acceso, descarga, transmisión, distribución o almacenamiento de material obsceno o desfavorable.
- No está autorizado el uso de los recursos asignados para generar ganancias económicas personales o desarrollar actividades o labores de terceros.
- No está permitido usar los equipos informáticos incluidas las impresoras para fines que no sean propias de la labor del usuario

Obligaciones del trabajador:

- Mantener aseado y en orden su puesto de trabajo durante la jornada de labores y a la finalización de la misma, dejar en orden su escritorio, guardando documentos, herramientas, materiales, etc. Es obligación del trabajador respetar y cumplir los principios de higiene y salubridad en general.
- Mantener en buen estado los instrumentos de trabajo. El trabajador será responsable de la pérdida o daño de los mismos. De comprobar descuido o negligencia en el uso de estos, deberá restituirlos a la empresa y descontar su valor al custodio.

Prohibiciones e incumplimientos del trabajo

- Fumar en la oficina e ingerir bebidas alcohólicas, consumir drogas o estupefacientes durante su jornada de labor, incurrir en la presente prohibición o encontrar restos de tabaco en los basureros, será sancionado.
- Abandonar injustificadamente el trabajo, suspender individual o colectivamente sus labores sin autorización de su superior o sin fundamento legal.

- Ejercer actividades ajenas a sus funciones en la empresa, durante su horario de labor y encargar a otra persona la realización del trabajo que se le ha confiado, salvo autorización de su superior.
- Alterar, borrar o rectificar documentos de la empresa: Incurrir en la presente prohibición será sancionado con Visto Bueno.
- Solicitar o recibir comisiones, regalos u obsequios de cualquier índole para sí, o para sus superiores o compañeros, mientras efectúan actividades por las cuales paga la Empresa, o valerse de su posición para obtener directa o indirectamente o, por interpuesta persona contratos o ventajas en negociaciones, relacionadas con sus funciones. Incurrir en la presente prohibición será sancionado con Visto Bueno.

2.2.5 Normativas:

1. Alimentación

- La Empresa concede un beneficio de alimentación diaria.
- Los restaurantes con los que se tiene convenio son las ensaladas y jengibre. El monto que cada persona asumirá es de un dólar americano por cada almuerzo, la diferencia será asumida por la empresa.
- Para las personas que por motivos de trabajo tengan que permanecer en la cocina en el horario del almuerzo, la empresa reconocerá un valor de tres dólares americanos netos en total, previa justificación del trabajo a realizarse. Si el valor es mayor a este monto, la diferencia será descontada vía rol de pagos a la finalización de cada mes.

2. Movilización:

- Las Compañías autorizadas para prestar el servicio de movilización son Fastline y central de radio turismo Amazonas.
- Los taxis nocturnos a domicilio que la empresa reconocerá y asumirá, serán los tomados a partir de las 21h00, previa autorización del jefe inmediato y justificación del trabajo que se está realizando, el cual amerite la extensión el horario de trabajo.

- Los vouchers serán solicitados a recepción, y serán entregados a los usuarios hasta las 18:30 quien será la responsable de llevar el control de los mismos. Estos serán entregados de acuerdo a la necesidad de ese momento, es decir, para visitar a un cliente no más de dos vouchers, y el respaldo de estos una vez utilizados deberá ser devuelto de inmediato.

3. Permisos:

La ausencia del trabajador, mediante presentación de certificados, podrá justificarse por:

- Fallecimiento de cónyuge o parientes dentro del segundo grado de afinidad o consanguinidad, es decir abuelos, padres, hijos, nietos, hermanos, o padres, hijos y hermanos políticos.
- Enfermedad del trabajador justificada por médico particular o médico del IESS mediante certificado que debe ser adjuntado al formulario de permiso, con un máximo de setenta y dos horas después de iniciado el reposo por calamidad doméstica o fuerza mayor.
- Las dispuestas en el Código del Trabajo.

4. Vacaciones

A partir del primer año cumplido de trabajo, el trabajador tiene derecho a 15 días ininterrumpidos de vacaciones anuales y a partir del 5to año tendrá días adicionales. La empresa aprobará la época que cada trabajador gozará sus vacaciones, tratando de establecer un cronograma con anticipación.

5. Caja Chica

El objetivo de la caja chica es el de satisfacer aquellos gastos de menor cuantía o cuando las circunstancias justifiquen el desembolso. Los montos asignados a la caja chica, estarán constituidos por un fondo fijo, reembolsable en forma frecuente a fin de que el efectivo no llegue a agotarse, y se pueda atender los pagos urgentes, que por naturaleza no son programables en los pagos con cheque. Los gastos deben estar dirigidos

prioritariamente a las compras de bienes y servicios para el normal desempeño operativo y administrativo de la empresa.

2.2.6 Servicios:

- Uma creativa:

Creatividad publicitaria para Uma es importante ya que a diferencia de la creatividad aplicada en otras ciencias o artes, como la pintura, fotografía, etc. encuentra una mayor limitación, porque el creador publicitario siempre tendrá definido el objeto sobre el cual recae la labor creativa.

- Uma digital:

Uma creativa a través de los distintos medios de comunicación extrapolara la publicidad al entorno digital aplicando las herramientas publicitarias en los nuevos medios de comunicación aprovechando los nuevos formatos como publicidad en buscadores, banners, rich media ads, microsites, etc., potenciados además por la gran capacidad de segmentación que ofrece Internet gracias a la web

- Uma branding:

La noción de branding permite referirse al proceso de construcción de una marca. Se trata, por lo tanto, de la estrategia a seguir para gestionar los activos vinculados, ya sea de manera directa o indirecta, a un nombre comercial y su correspondiente logotipo o símbolo.

Estos factores influyen en el valor de la marca y en el comportamiento de los clientes.

- Uma medios:

Los distintos medios en los que Uma creativa puede actuar para que sus clientes se sientan satisfechos mismos que son utilizados para un impacto masivo de todo el mundo donde encontramos diseños creativos de páginas web, anuncios en televisión digital y todas las diferentes formas inimaginables para llegar a cumplir el propósito en conjunto a la empresa y los clientes.

- Uma producción:

La relación con la creatividad, y se encarga de dar forma a un producto. Aplicado a la publicidad, el proceso entra de manera más fuerte o débil según el tipo de proyecto que tenga la agencia Uma creativa ya que del guion de la producción depende la

responsabilidad de hacer realidad los escritos e ideas de creatividad, para ello se requiere un genuino conocimiento de las capacidades de los clientes para cumplir los objetivos de comunicación.

- Una relaciones públicas

Las Relaciones Públicas como conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes o futuras dentro de un servicio en el que Una creativa procura implementarla junto a técnicas de marketing y publicidad para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social particular y único que debe ser estudiado con máximo esmero para que esas acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los distintos públicos a quiénes se dirige un programa de Relaciones Públicas.

2.2.7 Organigrama

Organigrama de la empresa Uma creativa

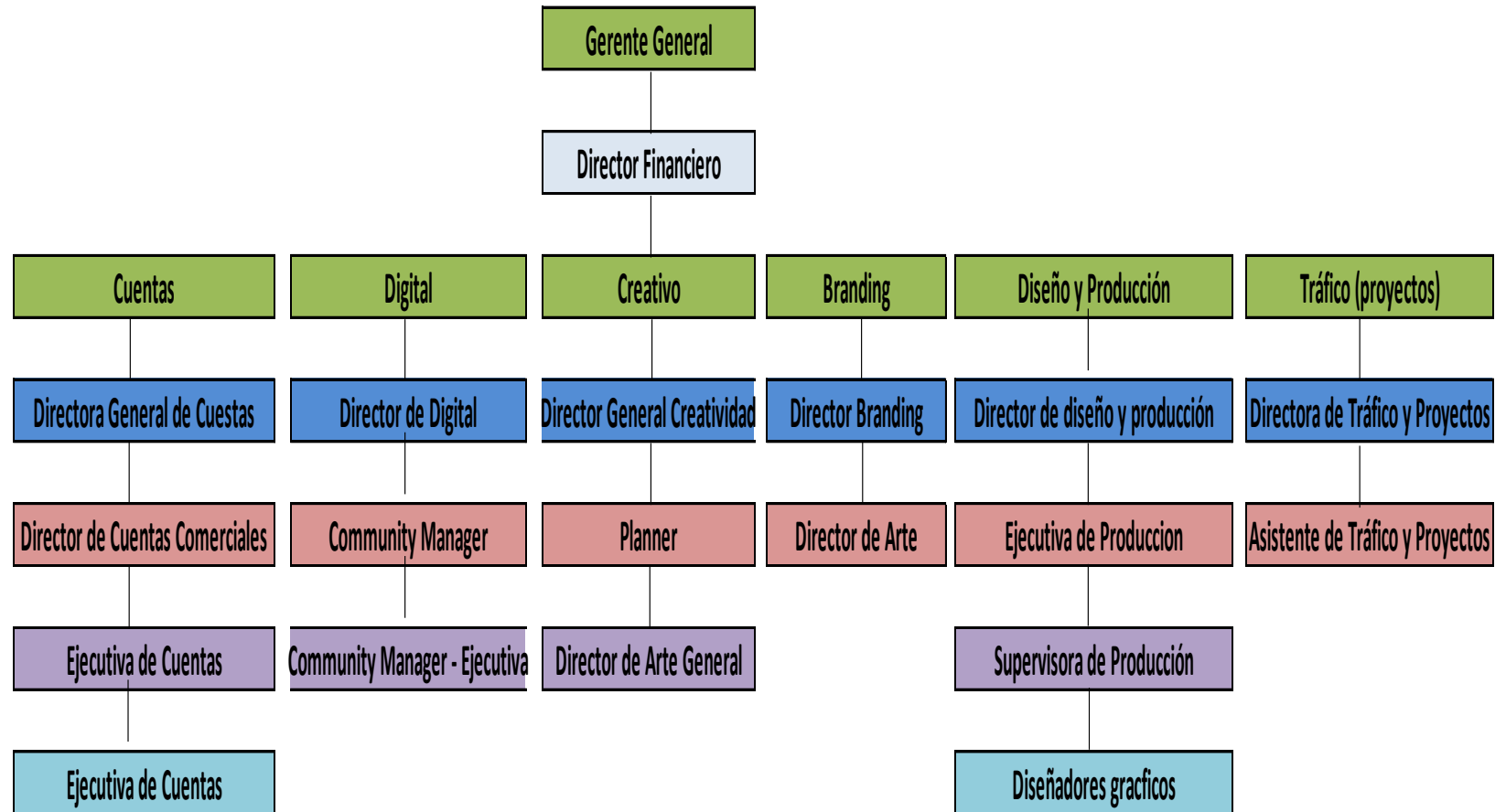


Figura 2:

Fuente: Organigrama empresarial de la empresa. Planificación estratégica de la empresa Uma creativa

2.3 Análisis interno y externo de la empresa Uma creativa

El análisis DAFO, también conocido como análisis FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades).

2.3.1 Análisis interno

Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis DAFO corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros.

2.3.1.1 Capacidad administrativa

La empresa Uma creativa cuenta con una planificación continua que es necesaria en el organigrama institucional para asignar funciones y poder iniciar sus actividades de una manera eficiente. Cada departamento tiene asignado una jefatura misma que se encarga de hacer cumplir con cada labor de los empleados es importante recalcar que los cada empleado tiene la facilidad de sugerir cambios dentro de sus departamentos con la finalidad de facilitar las actividades ya que la comunicación es muy necesaria para resolver los distintos proyectos que realiza Uma Creativa.

La gerencia prepara sus planes toma en cuenta a los demás grupos de la empresa, todos estos grupos interrelacionados forman el ambiente interno de la empresa.

- Finanzas: se ocupa de conseguir y aplicar fondos.
- Diseñadores y creativos: diseña de los servicios seguros y atractivos.
- Adquisiciones: conseguir suministros y materiales en las distintas cadenas como son Paco, Dilipa, Juan Marcet.
- Contabilidad: medir los ingresos y los costos para saber si se está operando correctamente.

Las políticas y normativas que se han establecido dentro de los esquemas de la empresa son acatadas con responsabilidad por parte de los directores y empleados de la empresa. Las aptitudes y actitudes de cada empleado se ven reflejados en los proyectos que son

analizados minuciosamente por cada director sea creativo o de diseño gráfico donde encontramos la capacidad de respuesta al momento de resolver los problemas planteados que han sido en los últimos años 4 años una fuente de evaluación con resultados óptimos para la institución.

Una creativa distribuye los materiales a utilizarse en manera equitativa con la debida justificación de cada proyectos y servicio que van a ser entregados a los clientes para ellos la señora Gabriela Peña directora de tráfico y proyectos de la empresa Una creativa es la encargada de analizar junto a sus empleados cuales son los gastos administrativos cada mes donde se toma en cuenta útiles de oficina, el mantenimiento de quipos de computación los cuales mostramos a continuación:

- Gastos administrativos:

1. Útiles de oficina: Cada tipo de papel tiene una función específica y esto se deriva de las características que tienen los mismos:

- Papel transfer: transfiere imagen a la tela, en varios tamaños.
- Papel vinilo: papel que contiene adhesivo, en presentación de varios tamaños para realizar stiker y que puede ser impreso en digital laser como el offset.
- Papel periódico: papel utilizado en industria gráfica, lo puede encontrar de varios tamaños.
- Papel acetato: papel transparente muy parecido a la mica transparente.
- Papel bond: es muy utilizado en la industria gráfica.
- Papel tapiz: se utiliza para decoración de paredes.
- Papel auto copiante: utilizado en las facturas.
- Papel Couche: sutiliza mucho en la industria gráfica tanto para la impresión láser como en offset, y que podemos encontrar en color mate como también en color brillante y en varios tamaños.
- Papel fotográfico: se utiliza para imprimir las fotos mayormente bien en formato A4 y en otros tamaños en impresoras de inyección.

Tamaños de papel y costos por resma marca Xerox:

Los tipos de papeles que consumen los empleados de Uma creativa son de la marca Xerox ya que es uno de los mejores productos en el mercado ecuatoriano, la cantidad que adquiere la empresa depende de los proyectos a ser realizados para poder especificar el tamaño del papel ya que cada resma de papel va diferenciado de un precio por tamaño.

Tabla 2: Costo de Papel mensual Uma creativa

		Cantidad * Precio					Subtotal
		A0	A1	A2	A3	A4	dólares
Tipo de papel	Papel transfer		2x26,5		3x9,45	4x8,45	115,15
	Papel vinilo:	2x26,20			4x8,25	7x7,25	136,35
	Papel periódico:					6x2,15	12,9
	Papel acetato:				4x9,12	5x7,25	72,73
	Papel bond:	2x11,35			10x4,68	20x3,79	145,3
	Papel tapiz:	5x50,45	4x36,57				398,53
	Papel auto copiante:					2x2,20	4,4
	Papel Couche:		4x9,35			2x3,35	44,1
	Papel fotográfico:				6x13,32	12x12,25	226,92
	Total						1156,38

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Nota: cómo podemos ver en la tabla número1, la cantidad de papel que Uma requiere mensualmente se tiene un costos total de 1156.38. El tipo de papel que es utilizado principalmente por el personal de diseño gráfico y de creativos es papel transfer, papel vinilo, papel periódico, papel acetato, papel tapiz, papel Couche y papel fotográfico mismo utilizado al 100% por estos dos departamentos.

El papel bond es utilizado por todos los empleados de la empresa. El 80% de papel bond es utilizado por el personal de diseño gráfico, y creativos mientras que el 20% lo utiliza el resto del personal. Mientras que el papel auto copiante que es utilizado el 100% por el personal de contabilidad.

2. Equipos de computación redes inalámbricas:

La empresa Uma creativa cuenta con equipos especializados para cada empleado según el trabajo a ser realizado en la empresa ya que no es la misma línea operativa para lo cual la directora de tráfico toma en cuenta dos tipos de áreas según sus funciones para la entrega de estos materiales:

- Área de diseño y creatividad

Cantidad de equipos de computación:

3 Mac Book Pro 13" 512 GB

12 iMac 27 pulgadas

3 Redes inalámbricas:

1 Apple Airport express con configuración iOS y la utilidad de Airport

- Área cuentas, área de digital, área de creativos, área branding, área de diseño y producción, Área de tráfico.

28 computadores marca hp

3. Gastos en tintas de impresión mensuales:

- 6 Impresoras EPSON Stylus L800: La impresora es la impresora más rápida del mercado y tiene calidad fotográfica. Usa tinta original y te rinde bastante. Su última serie viene en botes de 100 ml utilizando la tinta original de SEIKO.

Clasificación por áreas de trabajo de consumo de tinta impresoras EPSON Stylus L800:

4 impresoras para el área de diseño gráfico y el área de creativos.

2 impresoras para el área administrativa área administrativa, asistencia administrativa, área de direcciones, área de ejecutivos, coordinación de producción planners, servicios, Área de recepción y mensajería.

Tabla 3: Consumo tinta de impresora

	Consumo mensual EPSON Stylus L800	
	Área de diseño (4 máquinas)	Otras áreas (2 máquinas)
Capacidad de impresión	3000 B/N -1000 full color	3000 B/N -1000 full color
Cartucho tinta Negro	3000 imp. B/N X 4 maquinas	1500 imp. B/N X 2 maquinas
Cartucho tinta color	1000 full color X 4 maquinas	500 full color X 2 maquinas
Costos cartuchos		
Cartucho tinta Negro	75,98 usd. X 4 maquinas	75,98 usd. X 2 maquinas
Cartucho tinta color	95,70 usd. X 4 maquinas	95,70 usd. X 2 maquinas
Total de gastos	686,72 usd	343,36 usd/2
		171,68

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Nota: El área de diseño gráfico consume el 100% del cartucho de tintas lo cual nos proporciona un valor de 686.72 en gastos mensuales por la compra de cartuchos de tinta.

Mientras que las otras áreas consumen la mitad de la capacidad de los cartuchos para lo cual la compra de los cartucho se lo realiza cada dos meses dando como resultado un total de 1030.08 usd.

- 2 Epson modelo 7800 de 61 cms: La impresora, utiliza tintas de 8 colores, obligándonos a reconsiderar qué es posible con la impresión de fotografías con una impresora de inyección de tinta. Todo esto en una impresora que acepta papeles y sustratos de hasta 61 cm (24") de ancho y hasta 1.5 mm de grosor.

Clasificación por áreas de trabajo de consumo de tinta impresoras Epson modelo:

2 impresoras para el área de diseño gráfico y el área de creativos.

Tabla 4: Consumo tinta impresora

	Consumo mensual Epson modelo 7800 de 61 cms	
	Área de diseño (1 máquinas)	Área de creativos (1 máquinas)
Capacidad de impresión	1000 B/N -500 full color	1000 B/N -500 full color
Cartucho tinta Negro	1000 imp. B/N X 1 maquinas	1000 imp. B/N X 1 maquinas
Cartucho tinta color	500 full color X 1 maquinas	500 full color X 1 maquinas
Costos cartuchos		
Cartucho tinta Negro	95,98 usd X 1 maquinas	95,98 usd X 1 maquinas
Cartucho tinta color	120,70 usd X 1 maquinas	120,70 usd X 1 maquinas
Total de gastos	216,68 usd	216,68 usd

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Nota: el consumo del área de diseño gráfico consume el 100% del cartucho de tintas lo cual nos proporciona un valor de 216.68 en gastos mensuales por la compra de cartuchos de tinta. Mientras el área de creativos utiliza el 100% de la capacidad de los cartuchos lo cual nos da un total de 433.36 dólares.

- Impresora fotográfica HP Designjet Z6800: Impresora más rápida de producción gráfica de 60 pulgadas (1524 mm)1 con 8 tintas. Tres sombras de tinta negra de HP, bobina recogedora integrada para impresiones no supervisadas, mesa de carga de papel, espectrofotómetro integrado para ganar precisión y consistencia en el color

Clasificación por áreas de trabajo de consumo de tinta impresoras fotográfica HP Designjet: 2 impresoras para el área de diseño gráfico y el área de creativos.

Tabla 5: Consumo tinta impresora

	Consumo mensual Epson modelo HP Designjet Z6800	
	Área de diseño (1 máquinas)	Área de creativos (1 máquinas)
Capacidad de impresión	500 B/N - 2000 full color	500 B/N - 2000 full color
Cartucho tinta Negro	500 imp. B/N X 1 maquinas	250 imp. B/N X 1 maquinas
Cartucho tinta color	2000 full color X 1 maquinas	1000 full color X 1 maquinas
Costos cartuchos		
Cartucho tinta Negro	90,98 usd X 1 maquinas	90,98 usd X 1 maquinas
Cartucho tinta color	150,70 usd X 1 maquinas	150,70 usd X 1 maquinas
Total de gastos	241,68 usd	216,68 usd/2
		120,84 usd

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Nota: el consumo del área de diseño gráfico consume el 100% del cartucho de tintas lo cual nos proporciona un valor de 241.68 en gastos mensuales por la compra de cartuchos de tinta. Mientras el área de creatividad consume la mitad de la capacidad de los cartuchos para lo cual la compra del cartucho se lo realiza cada dos meses lo cual nos da un total de 362.52 dólares.

El total de gastos mensuales que se realiza en cartuchos de tinta en la empresa Una creativa es de 1825.96 usd mensuales

4. Mantenimiento de equipos de computación:

Gran parte de los problemas que se presentan en los sistemas de cómputo se pueden evitar o prevenir si se realiza un mantenimiento periódico de cada uno de sus componentes.

Tabla 6: Empresas de mantenimiento

	Cada 3 meses		
Costos	Apple store	Compusolutions	Hp company
Mantenimiento	2000	720	1200,56
Limpieza	120	100	120
Instalación software	85,9		75,35
total	2205,9	820	1395,91

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Nota: estas tres empresas Apple store, Compu solutions y Hp Company brindan el servicio a la empresa de Uma creativa en referencia a mantenimiento de equipos, limpieza de los mismos, instalación de software que se realiza cada tres meses a 5 equipos diferentes ya sean computadoras o impresoras con la finalidad de garantizar la calidad de servicio.

El 80% de equipos son tratados en la empresa Apple store (mundo Mac) ubicado en la plaza de las Américas en la ciudad de Quito, mientras que el 20% son tratados por hp y Compusolutions.

Cada equipo de computación es debidamente autorizado para mantenimiento por la Señora Gabriela Peña directora de tráfico los costos por los 5 equipos en mantenimiento, limpieza e instalación de nuevos software dependiendo de la empresa se ven reflejados en la tabla número seis.

5. Costos de energía eléctrica

Tabla 7: Luminaria Uma

	Costos de energía eléctrica		Consumo mensual (KWH)	
	Luminarias	Circular	4 tubos	2 tubos
Área administrativa y asistencia administrativa		8		73,6
Área de direcciones		8		73,6
Área de diseño gráfico y creativo		25		230
Área de ejecutivos, coordinación de producción planners y servicios		10		96
Área de recepción, mensajería		5		46
Cafetería		8		73,6
Baños damas		4		36,8
Baños caballeros		4		36,8
Pasillos oficinas		10		96
Pasillos en general	60		552	
subtotal	60	82	552	762,4
total	142 Focos		1314,4	

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Nota: El costo en luminaria en la empresa Uma creativa es de 2466.72 ya que adicionalmente los costos aumentan aproximadamente 1000 dólares más por el uso de los equipos de comunicación. Los costos de energía eléctrica dentro de la empresa estarían en un aproximado de 3500 mensuales.

2.3.1.2 Capacidad de talento humano

La empresa Uma creativa cuenta con personal que posee conocimientos y creatividad acerca de los servicios de las agendas y proyectos para satisfacer los gustos de cada cliente. La Gestión del Talento humano dentro de la empresa Uma creativa forma parte de un enfoque estratégico de dirección cuyo objetivo es obtener la máxima creación de valor para el accionista, el cliente, el profesional y la sociedad. La aptitud es una de las cualidades que dentro de la organización es muy importante ya que la persona muestra ser apta para desempeñar los labores en la empresa por lo que Uma verifica la capacidad, habilidad y propósito de la persona en disposición del mejor desempeño competitivo para así ver un rendimiento satisfactorio en el aspecto laboral esto implica los conocimientos, actitudes y destrezas comprometiéndose desde el principio con Uma creativa.

Uma creativa lleva a cabo a través de un conjunto de acciones dirigidas a disponer en todo momento del nivel de capacidades, compromisos y actuación en la obtención de los resultados necesarios para ser competitivo en el entorno actual y futuro.

Como vemos esto va mucho más allá de la contratación o formación de un talento individual. Al momento que en la empresa Uma creativa contrata a los empleados observan si los empleados tienen la capacidad de resolver distintos problemas y esto lo realizan mediante test psicológicos y psicotécnicos lo que les permite conocer el desenvolvimiento de cada contrato.

Para la contratación de empleados Uma creativa realiza entrevistas directas con la finalidad de analizar los requisitos físicos enfocado en el esfuerzo mental, capacidad visual, destreza y habilidad para resolver problemas. La responsabilidad con la que el empleado supervise su u propios instrumentos y herramientas de trabajo son cualidades importantes que Uma creativa toma en cuenta para hacer contrataciones para ello en base a las fusiones se evalúan los desempeños del personal en periodos semestrales por parte de Jessenia Rosero asistente de tráfico de esta manera obtenemos información oportuna para cualquier posible inquietud por parte de los directores.

El equipo de trabajo con el que Una creativa cuenta es un equipo responsable mimos que trabaja conjuntamente en el cumplimiento de las políticas y normativas con la finalidad de alcanzar la visión propuesta por la empresa

Tabla 8: Equipo de trabajo:

CUENTAS	
SOFIA JANINEH	Directora General de Cuentas
GABRIEL LUDEÑA	Director de Cuentas Comerciales
FERNANDO SALGUERO	Ejecutivo de Cuentas
BELEN GALVEZ	Ejecutiva de Cuentas
DIANA ZAPATA	Ejecutiva de Cuentas
SEBASTIAN AGUILAR	Ejecutivo de Cuentas
LIZETH MORA	Ejecutiva de Cuentas
EDUARDO NARANJO	Ejecutivo de Cuentas

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Tabla 9: Equipo digital

DIGITAL	
DIEGO ESPIN	Director de Digital
ROBERT	Community Manager
GABRIELA ESTRELLA	Community Manager
CRISTINA TAMAYO	Community Manager
CAROLINA TORRES	Community Manager - Ejecutiva
GINGER RODRIGUEZ	Community Manager - Ejecutiva
JUAN GABRIEL ORTIZ	Diseñador Gráfico
MARÍA JOSÉ AGUILAR	Diseñadora Grafica

Nota: elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Tabla 10: Equipo de creativas

CREATIVOS	
WILLIAM FRANCO	Director General Creatividad
TYRONE ESTRELLA	Diseñador Gráfico
JACK FONCECA	Creativo
FRANCISCO NICOLAS	Planner
FERNANDO CEDILLO	Director de Arte
IVONNE CANO	Diseñadora Gráfica
MIGUEL BENCOMO	Director de Arte
DAVID CHANDI	Director de Arte General
ORLANDO VEGA	Director Creativo
DAVID RAMIREZ	Director de Arte
DANIELA MURILLO	Diseñadora Grafica
JONATHAN RODRIGUEZ	Creativo
DANILO MOLINA	Creativo
CARLOS ORTIS	Director de Arte
JOSE LUIS CISNEROS	Diseñador Gráfico

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Tabla 11: Equipo branding

BRANDING	
FERNANDO PEREZ	DIRECTOR BRANDING
ERIKA IDROVO	Diseñadora Gráfica
FREDDY MORENO	Director de Arte

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Tabla 12: Equipo de administrativos

ADMINISTRATIVOS	
PABLO RICAURTE	Director Financiero
XAVIER MOLINA	Gerente General
JESSICA COCHA	Asistente Financiera
DAISY DAVILA	Asistente Financiera
MARIA FERNANDA	Asistente Financiera
NORMA LUNA	Recepcionista
CRISTIAN BRASERO	Mensajero
JENNY SALAZAR	Servicios Generales
KARLA PEÑA	Servicios Generales
ANDREA	Abogada

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Tabla 13: Equipo de producción

PRODUCCION	
LILY GARZON	Ejecutiva de Produccion
PAOLA PEREZ	Ejecutiva de Produccion
HELEN NOVILLO	Supervisora de Producción

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Tabla 14: Equipo de tráfico

PROYECTOS-TRAFICO	
GABRIELA PEÑA	Directora de Tráfico y Proyectos
JESSENIA ROSERO	Asistente de T´rafico y Proyectos

Nota: Elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

2.3.1.3 Capacidad financiera

La empresa Uma creativa tiene como estrategias la diversificación de clientes como son empresas públicas y privadas donde es controlable el riesgo financiero, y un punto clave cabe señalar que los cobros no suelen ser mayores a 90 días es decir que la empresa siempre trabaja sus cuentas por cobrar a corto plazo lo que facilita tener una solvencia equilibrada. Es importante mencionar que la negociación siempre se relaciona al perfil del cliente, lo que asegura de que cumplirán las condiciones pactadas, pagando la entrega del servicio en el corto plazo.

El presupuesto para la adquisición de nuevos equipos, gastos administrativos y gastos en útiles de oficina se realiza normalmente al corto plazo, abarcando habitualmente un periodo de un año es importante ya que la previsión de asistencia financiera, donde se va reflejando los flujos monetarios (pagos y cobros) que generara la actividad. El objetivo es detectar anticipadamente los déficits y excesos de asistencia financiera con el fin de analizar y seleccionar los instrumentos adecuados para gestionarlos en cada caso.

Los flujos monetarios dentro de la empresa Uma creativa son descritos con todo detalle y precisión los cobros y los pagos que se van a realizar mes a mes en la empresa. Para ello incorporar la previsión de pagos, teniendo en cuenta el sistema de pagos de cada una de las compras, lo que normalmente se puede conocer a través de las condiciones

pactadas con los distintos proveedores. Los plazos de liquidación de impuestos, los gastos de personal, alquileres, suministros, vencimiento de cuotas de préstamos, etc. Junto a los gastos deberá incorporar la previsión de cobros. Para ello tenga en cuenta el sistema de cobro acordado con los clientes y el crédito normal que normalmente concede.

Los periodos de cobro, con los posibles aplazamientos previsibles. Además también anticipa el resto de cobros provenientes de subvenciones, deudores varios, liquidaciones fiscales a favor de la empresa, etc. La previsión de la asistencia financiera permite a Uma creativa conocer, con cierta anticipación, cuánto dinero le va a hacer falta y cuándo va a ser necesario. Y esto amplía su margen de maniobra para buscar financiación en entidades de crédito o autofinanciación.

El control de los gastos no estratégicos es uno de los objetivos que son tomados en cuenta para la minimización de gastos para lo cual anticipa sus necesidades financieras poniendo en marcha medidas que le permiten ajustar la evolución de los cobros y pagos de tal forma que se garantiza un nivel adecuado de liquidez para el desarrollo de la actividad Uma creativa.

- Crece el plazo de pago a proveedores negociando vencimientos más dilatados.
- Adapta, en la medida de lo posible, el pago a proveedores a sus necesidades financieras.
- Mejora los procesos vinculados a la gestión de los cobros de la empresa. Procura que nunca un retraso en el cobro sea producido por una mala gestión de estas tareas.
- Reduce al máximo las tareas administrativas que se suceden entre el período de cobro y venta.
- Realiza una adecuada previsión de pagos, tales como seguros o impuestos que sólo se pagan una vez en el año, con el fin de evitar sorpresas desagradables que alteren nuestras previsiones.

La empresa Uma creativa maneja sus cuentas por cobrar a corto plazo lo que es considerado una oportunidad ya que la empresa tiene liquidez y por ende no maneja un perfil de endeudamiento demasiado extenso.

Por otra parte es importante el mantener clientes que son puntuales en pagos. Uma creativa no ha tenido problemas al momento del cobro de los servicios.

2.3.1.4 Capacidad de mercadeo

El eje principal para la empresa viene dado por factores como las dimensiones del mercado y la competitividad, dentro de este esquema hacemos referencia que las empresas con servicio en el sector de publicidad durante los últimos años han crecido notoriamente. Uma se va a diferencia de las otras empresas por su capacidad de asesoramiento en cuanto a la implementación de servicios publicitarios los que forman parte de una garantía y que con la ayuda de la difusión en los medios de comunicación tienen mayor cobertura del mercado.

Es importante para Uma creativa la organización y la dirección de cada proyecto que es realizado ya que la planificación muestra la capacidad que cuenta la empresa para atender situaciones y dificultades que se encuentre con la calidad que se caracteriza Uma mostrando fuertemente la marca e imagen que representa un icono de la propia identidad ecuatoriana proyectada a nivel nacional e inclusive mundial. Es importante mencionar que la empresa maneja ciertos criterios con el fin de dar a conocerse en el ámbito de la publicidad como una empresa, dentro de estos tenemos la diferenciación de servicio ante las demás agencias publicitarias ; estos servicios vienen dados por el servicio creativo, digital, branding, medios, producción.

El impacto de la presentación de los servicios es uno de los grandes logros que ha tenido la empresa lo que se verifica al ganar varios premios publicitarios a nivel nacional e internacional con la última campaña publicitaria en sugestión al ministerio de turismo lo que muestra el nivel de conocimiento del servicio entregado, el cumplimiento de las homologaciones requeridas y nivel y calidad de imagen del origen

2.3.2 Análisis micro entorno y macro entorno

Es importante realizar un estudio en profundidad para detectar cuáles serán los obstáculos a los que tendrá que enfrentarse. Este análisis se realiza en dos ámbitos: el macroentorno y el microentorno.

2.3.2.1 Micro entorno

1. Proveedores:

Xerox: La empresa es una de las empresas más importantes a nivel mundial la cual nos brinda los servicios de soporte técnico, equipos y software, suministros y papeles Xerox, servicios para empresas.

Mundo Mac (Apple store): Es una de las empresas más importantes al momento de hablar de la marca Mac mismas que cuentan con una línea muy amplia de productos y cabe mencionar del soporte técnico de los mismos para la empresa Uma creativa.

Compusolutions: Empresa ecuatoriana especializada en el soporte técnico de equipos de computación (hardware y software).

Hp ecCompany: Es una de las empresas más importantes al momento de hablar de la marca hp la misma que cuenta con una línea muy amplia de productos y cabe mencionar del soporte técnico de los mismos para la empresa Uma creativa.

Súper Paco: Una de las empresas más importantes en el mercado ecuatoriano con sus distintos productos ofrece la garantía para la adquisición de los mismos

Dilipa: Distribuidora de libros y papelería ubicada en Quito, Ecuador, cuenta con amplia experiencia en papelerías.

Juan Marcet: Compañía innovadora de ventas retail, especializada en papelería, suministros escolares, oficina, tecnología, arte y variedades.

Estas empresas que brindan un servicio personalizado a nuestra empresa, han demostrado tener la capacidad de resolver todos los problemas al momento de contratarlos es por ello que considera Uma creativa una oportunidad el poder seguir trabajando de la mano con estos proveedores ya que faculta un servicio de calidad a los clientes de manera rápida y sin inconvenientes.

El 80% de compras de los útiles de oficinas como papel, es adquirido en la empresa Xerox ya que es uno de las empresas con una alta calidad en sus productos lo que proporciona la confianza en el uso de estos materiales y ayuda de laguna manera al

mantenimiento de los equipos como las impresoras. El 20% de las compras de útiles de oficina es realizado en las empresas de Súper Paco, Dilipa y Juan Marcet que son empresas que trabajan con diferentes marcas y que de igual manera son fuentes de apoyo en el abastecimiento de materiales. El grado de oportunidad que la empresa Uma tiene mediante los beneficios que ha tenido estos últimos años es alto ya que el tiempo de entrega es eficiente y los precios han sido muy convenientes que inclusive ha tenido descuentos por parte de Xerox hasta del 20% por la compra de los útiles de oficina.

El 80% de equipos son tratados en la empresa Apple store (Mundo Mac), mientras que el 20% son tratados por hp y Compusolutions. De igual manera son empresas con gran trayectoria en el mercado que comparten la responsabilidad de mantenerlos equipos de computación en un buen estado día a día solventando toda la capacidad de uso del hardware y software teniendo como resultados un servicio con la mejor tecnología en el mercado siendo una oportunidad alta en el mundo de la publicidad.

2. Clientes:

La empresa Uma creativa esta direccionada a dos tipos de clientes los públicos y privados mismos que forman parte de la experiencia y la proyección de la visión empresarial que tiene Uma creativa, dando como resultados un servicio óptimo y a la vez la satisfacción de haber cumplido correctamente el trabajo con estas empresas.

3. Empresas Privadas:

Las empresas privadas con las que Uma creativa tiene relación en estos años son Home Vega, banco finca Ecuador, Benedict, Raúl Coca Barriga Universidad de los Hemisferios, Sertecpet, Metropolitan Touring, Blenastor, Alianza francesa, Boehringer Ingelheim, Nutri, Repuestos Mansuera, Grupo UN, Swissotel Quito. Estas empresas representan el 20% de ingresos en la empresa Uma creativa.

Para la empresa Uma todos sus clientes son muy importantes pero en el grupo de empresas privadas considera que las empresas Alianza francesa, Swissotel Quito, Metropolitan Touring, Boehringer Ingelheim y Blenastor son sus clientes con los cuales

han trabajado en proyectos más grandes en el impacto publicitario es por ello que son considerados clientes que aportan a la empresa de manera significativa ya que la impulsan en optar con nuevas campañas publicitarias ya que los retos que estas empresas han planteado son oportunidades para demostrar la capacidad en el desarrollo de un servicio de alta calidad.

4. Instituciones Públicas:

Las instituciones públicas son un ente en el cual Uma creativa ha encontrado más que un cliente un aliado incrementando sus Ministerios de Educación, Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos, Ministerio de Turismo, Ministerio de Salud, Ministerio del Interior, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Ministerio de Cultura del Ecuador, 35 País, SRI.

Las instituciones públicas aportan el 80% de ingresos que la empresa Uma creativa, este mercado tiene ministerios importantes de los cuales Uma creativa forma de anuncios publicitarios como por ejemplo el Ministerio del Interior donde se promueve la búsqueda de delincuentes en el programa 1800 delitos que es uno de los programas con más acogida a nivel nacional y ha proporcionado una ayuda sustentable a la policía nacional.

Otra de las instituciones con la que Uma creativa está trabajando en un desarrollo mutuo y que le ha dado premios internacionales con el proyecto “All You need is Ecuador” es el Ministerio de Turismo, produciendo un incremento según Lili Garzón ejecutiva de producción del 70% en imagen corporativa para la empresa y según datos del propio ministerio un incremento turístico gracias a la gran campaña de un 67.5 % para el año 2015 lo que demuestra la capacidad con la que la empresa está dándose a conocer en varios países.

El trabajo en conjunto a instituciones públicas y privadas es una gran oportunidad ya que Uma creativa adquiere una experiencia progresiva en la ejecución de un servicio publicitario con los más altos estándares. Estos dos ministerios son un ejemplo de la contribución que nuestra empresa está teniendo en el país.

Es importante recalcar que esta experiencia junto a instituciones del estado brindan la oportunidad de dar a conocer un servicio que está trascendiendo los esquemas publicitarios en el Ecuador beneficiando a Uma creativa como imagen pública.

5. Competencia:

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de ofertantes y una pluralidad de demandantes.

5.1 Empresas de publicidad más competitivas en el mercado Ecuatoriano

Norlop Thompson

La agencia tiene 42 años en Ecuador. Tiene 140 empleados en Guayaquil y Quito. En 1971 se afilió a J.W. Thompson, una agencia multinacional de publicidad.

Fue la creadora del personaje “Blanquita” para el comercial del detergente Deja, producto que todavía maneja. Otras de sus cuentas son Fundación Malecón 2000, Pacificard, Banco del Pacífico y Pycca. El año pasado se ubicó en el primer lugar en el ranking de la inversión de agencias.

Rivas Herrera

En 1976 se convirtió en la primera agencia ecuatoriana que logró un premio Clío. Fue fundada el 15 de febrero de 1967 y tiene unos 100 empleados en Quito y Guayaquil. El año pasado, ganó el Gran Cóndor de Oro por una campaña de marketing directo para Toyota CasaBaca, que lleva 38 años en la agencia. También ganaron la mitad de los premios Effies a la eficiencia publicitaria. En su historial hay premios internacionales como El Ojo de Iberoamérica y Fiap. Entre sus clientes están Yanbal, Chaide y Chaide, Danec, Tesalia, Andinatel, Municipio de Quito, Brahma, Colgate Palmolive. Muchas marcas llevan décadas con ellos. Se especializan en varias áreas, en lo que llaman comunicación en 360 grados.

Qualitat Lowe

Nació en 1993 ha manejado publicidad de Plumrose, Tiosa y Banco Bolivariano. Tiene 70 empleados y está afiliada a la cadena internacional Lowe. Por primera vez en su historia, este año hará comerciales en el exterior, luego de ganar la licitación de algunos productos de Unilever en Bolivia y Trinidad y Tobago. Factura 15 millones de dólares anuales.

McCann Erickson

Es la autora de las campañas de Coca-Cola, Nestlé, General Motors, Cervecería, Johnson&Johnson, Pingüino, MasterCard, Supermaxi, Goodyear, Cinemark, Cadbury Adams, La Fabril y otras.

Con 110 empleados, nació el 18 de septiembre de 1961. Es la única de capital extranjero y la que más premios internacionales recibió en el 2004, entre ellos una medalla de plata en Radio y una de bronce en Gráfica en el N. Y. Festivals, además de dos oros en el Fiap, un plata en el Caribe, tres oros y dos platas en el Ojo de Iberoamérica, donde su director creativo fue nombrado el mejor de la región.

De Maruri

Empezó en 1990 y actualmente forma parte del grupo Maruri Comunicaciones, que se formó hace cinco años. Dicho grupo cuenta con cinco divisiones y tiene 110 empleados en las oficinas de Guayaquil, Quito y Cuenca. La agencia no está afiliada a la Asociación de Agencias de Publicidad. Tiene las cuentas de Industrias Lácteas Toni, Molinos del Ecuador, Atún Real, Tampico y Marathon Sports. Ha ganado algunos premios FIAP y recientemente obtuvo nueve galardones en el Ojo de Iberoamérica, por la publicidad de Sony, Laboratorios Novartis y Editorial Alfaguara.

Este grupo de empresas llevan en el mercado ecuatoriano una larga trayectoria lo que se considera como una amenaza alta para la empresa Uma creativa ya que solo lleva 7 años. La publicidad en que estas empresas proporcionan a sus clientes a niveles superiores en costos, campañas millonarias en las que es muy difícil hablar en términos de competencia forma parte del mercado en el que Uma está logrando crecer día a día

trabajando con tecnología de la más alta calidad al mismo nivel de estas empresas y con empleados certificados que cumplen los requisitos de hacer de Uma una de las mejores empresas de publicidad en el Ecuador.

5.2 Otras Empresas de publicidad

Otras empresas encargadas en el Ecuador en términos de publicidad: Abeja Group, Abp Publicidad Producción, Acción Creativa, Acrimec, Agencia de Publicidad publim@x, Aktiva Publicidad, Andina Print, As Publicidad.

Son empresas pequeñas que Uma creativa no las considera como una amenaza directa per de igual manera son parte de un mercado altamente competitivo que siempre serán consideradas como una amenaza baja.

2.3.2.2 Macro entorno

Los factores externos son importante de analizar ya que influyen considerablemente en toda empresa, motivo por el cual hay que tener en cuenta el avance de los distintos factores del macro ambiente y posteriormente analizarlos para que como pueden afectar o se interrelaciona con la empresa Uma creativa.

- Factor Político Legal:

Uno de los factores de macro entorno que vamos a analizar son las leyes que afectan positiva o negativamente a la empresa, las cuales se van detallar a continuación.

El gobierno señala dentro de la Constitución de la República del Ecuador en el capítulo cuarto, la soberanía económica y en su sección primera el sistema económico y la política económica del país; dentro del artículo 284 expresa; que se debe asegurar una buena distribución de la riqueza e ingreso en el país, incentivar la producción nacional, acumulación del conocimiento científico y tecnológico, y de igual manera impulsar el consumo tanto social como ambientalmente responsable

El Art. 284 de la Constitución establece los objetivos de la política económica y un punto importante para la empresa Uma creativa, es el incentivar la producción nacional, las prácticas responsables y la ayuda social.

Puntos importantes que señala la Constitución de la República del Ecuador, y que se relacionan estrictamente con la Responsabilidad Social Empresarial ya que el gobierno incentiva la producción nacional como las practicas socialmente responsables, y por ende constituye un oportunidad para la empresa ya que al aplicar la RSE, cumple con lo dispuesto en la constitución y puede ser beneficiaria de incentivos económicos por parte del gobierno, préstamos y el desarrollo de la imagen empresarial.

En la Constitución de la República del Ecuador en su art. 285 señala las políticas fiscales y dentro de sus objetivos se pueden señalar uno de los más importantes como es, generar incentivos para financiar sectores de la economía y la producción de bienes y servicios que sean socialmente aceptados y ambientalmente aceptables.

Los incentivos para la inversión son beneficios que están amparados por la Constitución del Ecuador y se enfoca en las empresas socialmente y ambientalmente responsables, que implica la aplicación correcta de la Responsabilidad Social Empresarial, que a mejorar los procesos de la empresa y el entorno en el que se desarrolla y a la vez tener una ventaja competitiva frente a la competencia y poder aplicar los incentivos de inversión que ofrece el gobierno.

Otro factor político legal que será analizado a continuación es la Ley de Comunicación ya que al tratarse de una empresa de publicidad y comunicación debe tener en cuenta la ley que rige el trabajo y las operaciones de la empresa.

La Ley de comunicación, es un factor político legal a analizar ya que la empresa Una creativa al ofrecer servicios de producción digital, branding, medios, relaciones públicas, propagandas publicitarias tiene que tomar en cuenta el contenido informativo que cumpla con los artículos dispuesto en la presente ley de comunicación para no tener una futura sanción.

Dentro de los principales artículos podemos destacar los siguientes:

En el art. 8 de la Ley Orgánica de Comunicación se dispone la prevalencia en la difusión de contenidos donde expresa que todo “Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los

derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.”(Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

En el capítulo uno Principios de la Ley de Comunicación se encuentran las normas deontológicas en donde se detalla las normas mínimas que los medios de comunicación deben tomar en cuenta para poder difundir información y opiniones, las cuales se detalla en el siguiente resumen.

Con lo que tiene que ver a la dignidad humana expresa el respeto a la reputación de las personas, no difusión de contenidos discriminatorios, y que se respete la intimidad ya sea personal y familiar.

Con lo relacionado a los grupos de atención prioritaria expresa, no incitar a los menores de edad que imiten un comportamiento peligroso y que afecte a su salud, la abstención de imágenes o la emisión de las mismas contra la dignidad de las personas con enfermedades patológicas o discapacidades, o adultos mayores

En el artículo 61 de la Ley Orgánica de Comunicación se encuentra el Contenido discriminatorio, que no puede ser difundido como: discriminación racial, sexo, edad, idioma, religión, condición ya sea económica, migratoria, la orientación sexual o todo aquel que menosprecie el reconocimiento de los derechos humanos reconocido en la Constitución.

El art. 10 de la presente Ley expresa que el incumplimiento de las normas deontológicas pueden ser denunciadas por los ciudadanos y organizaciones ante la Superintendencia de la Información y Comunicación la cual después de comprobar dicha denuncia, emitirá una amonestación escrita, o de ser el caso se emitirá la sanción administrativa establecida en la Ley.

En las medidas administrativas en el Art. 64 expresa que en caso de reincidencia se impondrá una multa tomada del 1 al 10% de la facturación promedio de los 3 últimos meses presentada en las declaraciones al SRI.

Después de analizar la Ley Orgánica de Comunicación se puede dictaminar que es una amenaza para la empresa Uma creativa ya que al tratarse de una empresa de servicios de comunicación tiene que estar controlando los contenidos que se difunda y que no afecte

a los artículos mencionados en la presente ley, ya que de ser el caso se puede llegar a una amonestación administrativa que incurre en gastos para la empresa.

- Factores Económicos:

La economía en el país ha evolucionado constantemente, es importante conocer las cifras actuales; y el panorama actual en Ecuador el cual refleja los siguientes porcentajes el 0,18% de inflación mensual en noviembre del 2014 frente a una cifra del 0,39% en noviembre del pasado año 2013 según el reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En la siguiente figura tomada del Estatuto Nacional de Estadísticas y Censos, se muestra gráficamente la inflación del mes de noviembre para los tres últimos años en el país.

Inflación del mes de noviembre Ecuador 2014

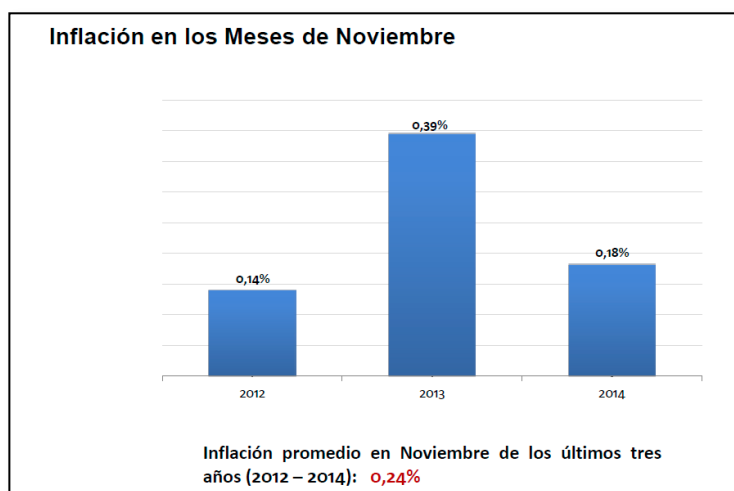


Figura 3.

La inflación mensual presentada por Ciudades y Regiones indica un porcentaje del 0,15% en Quito como lo vemos en el siguiente gráfico.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Noviembre de 2014). www.ecuadorencifras.com.ec. (INEC, 2014, pág. 26)

Inflación en las ciudades y regiones del Ecuador 2015

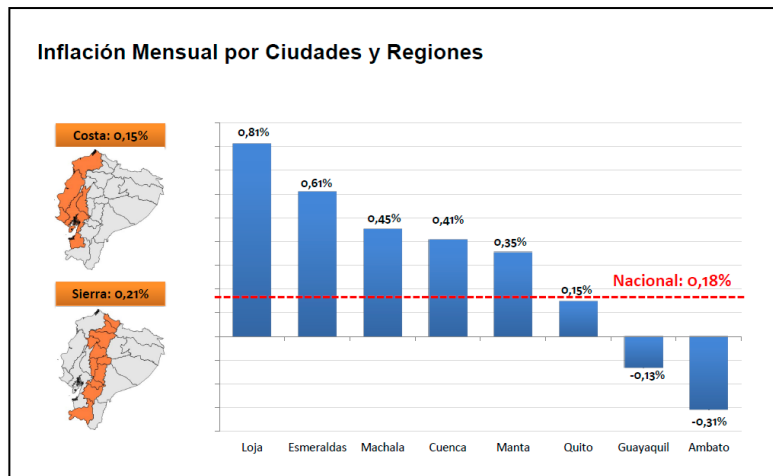


Figura 4.

El porcentaje de 0.18% de inflación mensual es el promedio en Ecuador, sin embargo hay que tomar en cuenta la ubicación de la empresa en la Provincia de Pichincha en la ciudad de Quito.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Noviembre de 2014). www.ecuadorencifras.com.ec. (INEC, 2014, pág. 28)

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el año 2014 nuestro país ha sufrido una variada inflación en los últimos meses del año 2014, sin embargo se ha disminuido paulatinamente para los últimos meses del año lo que constituye una amenaza de impacto medio para la empresa ya que desde el punto de vista de los inversores la inflación baja el valor de los activos y de las rentas generadas por ellos, de igual manera la inflación baja la demanda y provoca pérdida en ventas y beneficios de las empresas y por ende la baja de las acciones.

La Canasta básica para el año 2014 se definió en \$ 644,74 con un ingreso mensual según cifras del INEC de \$ 634,67; las estadísticas del año pasado informan que en noviembre del 2013 la canasta básica fue de \$ 617,54 y el ingreso familiar de los ecuatorianos era de \$593,60; mientras que la canasta familiar Vital para el mes de noviembre 2014 es \$ 464,38 y el ingreso familiar mensual \$ 634,67.

Los datos de la canasta básica en el Ecuador muestran un mayor ingreso de los ecuatorianos en el año 2014, lo cual representa una oportunidad de impacto medio para la empresa Uma creativa, ya que el ingreso de los consumidores crea una economía más dinámica para las empresas y como lo es para Uma ya que los servicios de la empresa pueden seguir siendo adquiridos por los clientes.

- Factores Sociales Culturales:

Los factores tanto sociales como culturales son los que determinan el comportamiento de la población dentro de la sociedad los cuales se detallan a continuación:

La tasa de empleo, subempleo y desempleo en la ciudad de Quito en el mes de marzo de 2013 comparados con el mes de marzo de 2014 fueron los siguientes:

Tabla 15: Porcentajes de empleo y desempleo

TASA DE EMPLEO, SUBEMPLEO Y DESEMPLEO		
	Marzo 2013	Marzo 2014
TASA DE EMPLEO	60,00%	67,65%
TASA DE SUBEMPLEO	31,76%	26,64%
TASA DE DESEMPLEO	4,06%	4,34%

Nota: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Noviembre de 2014). www.ecuadorencifras.com.ec. (INEC, 2014, pág. 28)

Por otro lado dentro de los factores del macro entorno a ser analizados en el aspecto social del país es la tasa de desempleo subempleo y desempleo que se convierte en una oportunidad ya que la tasa de empleo ha crecido favorablemente y la tasa de desempleo es menor por lo que la probabilidad de adquisición de los servicios de la empresa son mayores lo que generará un mayor crecimiento en ventas, sin embargo se toma también en cuenta este porcentaje del 4.34% de desempleo para poder tomar medidas de ayuda social y como puede ayudar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la sociedad.

La pobreza en el Ecuador es otro factor social a ser analizado y según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, muestran los siguientes datos para marzo de 2014.

Tabla 16: Incidencia de la pobreza

INCIDENCIA DE LA POBREZA Y POBREZA EXTREMA	
MARZO 2014	
POBREZA	Por persona US\$ 78.91 mensual
POBREZA EXTREMA	Por persona US\$ 44.47 mensual
PORCENTAJE DE POBREZA EN EL AREA URBANA MARZO 2014	
POBRES	16.75%
POBRES EXTREMO	3.87%

Nota: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Noviembre de 2014). www.ecuadorencifras.com.ec. (INEC, 2014, pág. 30)

Se visualiza también en la siguiente figura la evolución de la pobreza en el Ecuador en el área urbana del país.

La pobreza y la pobreza extrema en el Ecuador se muestran con porcentajes elevados en el país, lo que indica que no se realiza una distribución equitativa, sin embargo como se muestra en la siguiente figura la evolución de la pobreza en el área urbana ha ido disminuyendo progresivamente desde marzo del 2008 con un porcentaje de 25.16% y en marzo 2014 con un 16.75% y por ende constituye una oportunidad para la empresa Uma creativa, ya que la disminución de la pobreza ayuda a la adquisición de los servicios de la empresa y crea poder adquisitivo en el mercado.

Sin embargo no hay una estabilidad en esta evolución por lo que la pobreza va ser una amenaza de impacto medio para la empresa Uma creativa.

Evolución de la pobreza urbana Ecuador noviembre 2015

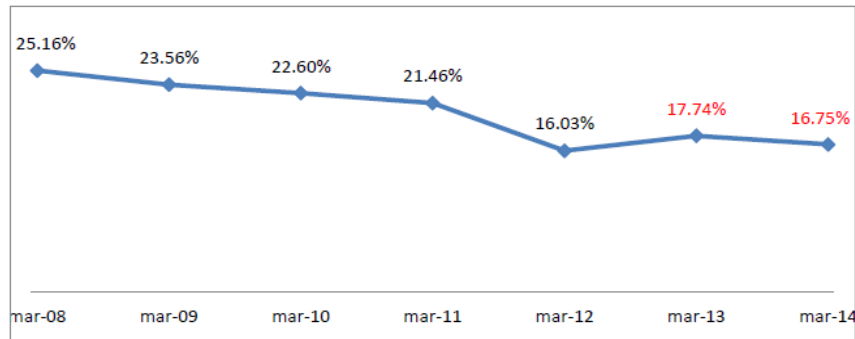


Figura 5.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Noviembre de 2014). www.ecuadorencifras.com.ec. (INEC, 2014, pág. 44)

El factor cultural en nuestro país es amplio y diverso con la Costa, Sierra, Amazonia y la Región Insular permite un intercambio de costumbres y de creencias en el país, para la empresa Uma creativa es un gran oportunidad contar con este amplio escenario ya que al comercializar productos digitales y propagandas publicitarias ha utilizado gran parte de nuestra cultura plasmado en sus producciones y contenidos.

- Factores Tecnológicos:

El factor tecnológico es muy importante dentro del macro entorno pero aún más para la empresa Uma ya que las herramientas tecnológicas que utiliza son de gran importancia para la entrega del producto final.

Sin embargo la restricción de importaciones que existen actualmente en el país genera que los equipos tecnológicos importados por la empresa paguen un tributo especial en el caso de cámaras fotográficas digitales y videocámaras se fijó un arancel del 25% para estos productos cuando antes era cero, por lo que la empresa tiene que invertir una mayor cantidad de dinero en la adquisición, reparación y mantenimiento de estos aparatos tecnológicos convirtiéndose en una amenaza para la empresa, debido a que la mayoría de equipos tienen son importados.

2.4 Problemas de Responsabilidad Social Empresarial

Existe falta de compromiso del trabajador, productos y procesos no limpios y una débil imagen empresarial frente a la comunidad.

- No identifica ni evalúa periódicamente los impactos ambientales, desigualdades económicas, desinterés en las sociedades originadas por sus actividades y decisiones.
- No cumple el marco legal aplicable y su propia normativa interna en materia ambiental y social. Actualizar periódicamente la revisión de requisitos legales en materia ambiental.
- No planifica las estrategias y medidas de prevención, mitigación y control que correspondan a los impactos ambientales y sociales identificados.
- No asigna recursos y ejecutar las medidas ambientales y sociales conforme a lo planificado.
- No hace uso eficiente de los recursos necesarios para la actividad, el agua, la energía, el papel y sustancias químicas usadas en los procesos.
- No exige a los proveedores de bienes y servicios y a quienes conforman su cadena de distribución, el cumplimiento de las normas legales en materia ambiental y el incentivo de las acciones consistentes con esta política.
- No establece objetivos, metas sociales y ambientales consistentes con esta política y revisar su cumplimiento periódicamente, para asegurar la mejora continua de su desempeño ambiental.

2.5 Causas:

Principales causas

- No se aplican incentivos y capacitación necesaria a los trabajadores.
- La empresa creativa no ha realizado la capacitación del personal en un periodo de un año y al momento de hablar de responsabilidad social los empleados desconocen la aplicación para ahorrar en ciertos puntos a tratar como son:

- No ejecutar procedimientos para monitorear, administrar, reducir el consumo y depurar los efluentes contaminados, para garantizar la calidad y conservación del recurso agua.
- No se aplican procedimientos para el manejo de los residuos generados en todas las áreas de la organización, mediante la reducción, reutilización, reciclaje y eliminación tecnificada.
- No existen incentivos por metas alcanzadas al momento de realizar los proyectos que permitan a los empleados tener una satisfacción que en un escenario altamente competitivo impulsaría todas las capacidades laborales.
- Estrés laboral por presión del cumplimiento de proyectos en un plazo determinado.
- No se aplican procedimientos para el manejo de los residuos generados en todas las áreas de la organización, mediante la reducción, reutilización, reciclaje y eliminación tecnificada.
- Gastos administrativos elevados:
 1. Al momento que la empresa no toma en cuenta los gastos que simbolizan el operar en el área de diseño gráfico refleja costos que son muy elevados:
 2. Energía eléctrica desperdiciada por los equipos de computación que no son utilizados pero sin embargo están encendidos.
 3. Papel desechado que no es reutilizado como reciclaje.

2.6 Análisis Foda

Fortalezas:

- Integrantes del equipo especializados en áreas de producción audiovisual, diseño, creatividad, estrategia, medios.
- Una buena estrategia creativa respaldada por buenas habilidades y conocimientos específicos de publicidad.
- Buena reputación de servicio al cliente.
- Visión Creativa.
- Buena convivencia en el círculo de trabajo.

Debilidades:

- No existe una dirección estratégica clara, se ajusta a las necesidades del mercado.
- Habilidades de investigación y mercadotecnia inferiores a la de los rivales.
- Desmotivación del equipo de trabajo.
- Contrastación de las Fortalezas y las Debilidades:
- Mejorar las potencialidades de las habilidades y de los conocimientos pueden hacer que se llegue a predecir el comportamiento de los mercados para que se pueda estar siempre un paso delante de los competidores. Con los conocimientos que se tengan sobre esta labor se puede direccionar estratégicamente el camino de la empresa.
- Al tener una buena condición financiera se puede hacer que los precios bajen al menos por un tiempo determinado para atraer más clientes con mejores ofertas. El capital hasta hoy obtenido puede volverse a invertir para captar más clientes.
- En el mejoramiento del servicio al cliente se pueden aportar procesos de investigación para conocer un poco más a los públicos con los que se trabaja.
- En el Ecuador la existencia de empresas con una trascendencia más amplia que lideran en el mercado.

Oportunidades:

- Incentivo de Producción Nacional por parte del gobierno ya sea de productos o servicios, con incentivos económicos como préstamos y promoción de la marca.
- Incentivo a las empresas que apliquen prácticas socialmente responsables, ya que cumple con lo dispuesto en Constitución.
- Incremento del ingreso mensual de los ecuatorianos frente a la canasta básica, lo cual beneficia a la economía y a la empresa ya que existe una mayor probabilidad que los servicios de la empresa Uma creativa sean adquiridos.
- Incremento en la tasa de empleo.
- Disminución de la pobreza y pobreza extrema.
- Existe una gran oportunidad para la empresa Uma creativa ya que existe un amplio escenario cultural en nuestro país que beneficia y ayuda en la producción de contenidos creativos e innovadores.

Amenazas:

- Ley Orgánica de Comunicación es una amenaza para la empresa ya que al tratarse de una empresa de servicios de comunicación tiene que controlar los contenidos, producciones, impresiones que difunda.
- Control de la información en medios de comunicación.
- Denuncias y sanciones económicas, por la difusión de información en contra de los Principios de la Ley en vigencia.
- Tendencia a la alza de la inflación
- Restricción de importaciones de productos tecnológicos
- Mayor gasto para la adquisición de productos tecnológicos así como la reparación y mantenimiento de los mismos.

2.7 Marco metodológico:

El marco metodológico define el diseño de la investigación, los estudios, los métodos de investigación, la población y la muestra obtenidos en el estudio para el diseño óptimo del modelo.

2.7.1 Diseño de la investigación

El diseño de investigación es nuestro plan o estrategia para tener la información necesaria y poder realizar el modelo de Responsabilidad Social Empresarial, se utilizará en nuestro trabajo el diseño de investigación transaccional o transversal exploratorio ya que los datos que se van a recolectar por medio de las encuestas a los diversos grupos de interés que conlleva la responsabilidad social empresarial con la empresa. Una creativa se los realizara en un único tiempo establecido, y posteriormente se analizará la incidencia e interrelación de los resultados.

2.7.2 Tipos de estudio:

Los tipos de estudios a implementarse son tres, uno de los primeros estudios será el estudio de tipo descriptivo ya que se manejarán conceptos claves de responsabilidad social sustentados por autores del tema. Para la evaluación y el análisis de las posibles variables que van a influir a la aplicación de la sociedad, medio ambiente y los empleados de Uma creativa fundamentándonos en ideas o hipótesis es necesario la aplicación del tipo de estudio transaccional correlacional- causal.

La investigación que estudiara cómo la relación intrínseca influye en la responsabilidad social de los trabajadores de la empresa Uma creativa, evaluando el por qué y cómo se genera el impacto ambiental y social de los procesos que realiza la empresa para lo cual utilizaremos el tipo de estudio explicativo

2.7.3 Método de investigación:

Los métodos de investigación para el desarrollo del trabajo serán de tres tipos, el método de investigación deductivo porque trasciende en la aplicación de nuestro diseño de responsabilidad social, ya que es un método que se descende de lo general a lo particular.

El método de análisis y síntesis son empleados para conocer mucho mejor el comportamiento económico, social, ambiental, etc. de la empresa Uma creativa.

Por último la aplicación del método científico aplicando las teorías de varios autores para la aplicación de razonamientos lógicos deductivos utilizando dicha teoría. Dentro de esta lógica deductiva la explicación implica las mismas reglas de inferencia lógica que la predicción, con la diferencia de que la explicación se produce después de ocurridos los acontecimientos y para la explicación es necesario saber acerca de la naturaleza de las variables y la determinación de la variable causa y efecto.

2.7.4 Población y muestra:

Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transaccional correlacional- causal ya que utilizamos como herramienta principal para el levantamiento de datos las encuestas que serán enfocadas a los empleados de la empresa Uma creativa, el medio ambiente , proveedores , la comunidad, el contexto económico y social en el entorno de la empresa. Los tamaños de la población y muestra serán detallados por cada punto a tomar con el fin de ser lo más claros posibles al momento de la presentación de resultados.

- Muestra empleados de Uma creativa:

Cuando la población es pequeña, incluso tomando toda la población dentro de la muestra, se determina que la población es igual que la muestra.

$$N = n$$

N= 43 personas.

En un estudio, cuando la muestra es igual a la población se le llama Muestra Exhaustiva ya que se toma al 100% de los afectados por la investigación.

- Muestra proveedores de Uma creativa:

Cuando la población es pequeña, incluso tomando toda la población dentro de la muestra, se determina que la población es igual que la muestra.

$$N = n$$

N= 7 proveedores.

En un estudio, cuando la muestra es igual a la población se le llama Muestra Exhaustiva ya que se toma al 100% de los afectados por la investigación.

- Muestra clientes de Uma creativa:

Cuando la población es pequeña, incluso tomando toda la población dentro de la muestra, se determina que la población es igual que la muestra.

$N = n$

$N = 20$ clientes.

En un estudio, cuando la muestra es igual a la población se le llama Muestra Exhaustiva ya que se toma al 100% de los afectados por la investigación.

- Muestra comunidad sector bellavista Uma creativa:

La muestra de la comunidad se determinó según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, y su segmentación se presenta a continuación:

Población de habitantes de la Parroquia Iñaquito sector Bellavistas con código de zona 138 en la ciudad de Quito es de 4794 habitantes en total.

El segmento para establecer el número de población de la parroquia Iñaquito, sector Bellavista de hombres y mujeres comprendidos entre los 18 hasta los 64 años de edad da como resultado un total de 3113 habitantes.

Se fijó estos parámetros de segmentación ya que según la investigación realizada previamente y datos de fuentes secundarias que han sido de ayuda para el desarrollo del presente trabajo, existe en el Ecuador un gran desconocimiento del tema de Responsabilidad Social Empresarial, tanto en las empresas y con mayor porcentaje en la comunidad por lo que se cree pertinente tomar en cuenta a los mayores de edad hombres y mujeres comprendidos entre los 18 hasta los 64 años, y de esta manera obtener resultados que ayuden a diseñar e implementar un modelo eficiente en beneficio de la comunidad.

Tabla 17: Población Total parroquia Iñaquito sector Bellavista hombres y mujeres de 18 a 64 años de edad

PARROQUIA DE IÑAQUITO (BELLAVISTA): POBLACIÓN DE 18 AÑOS Y MÁS DE EDAD, POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD, SEGÚN SECTOR CENSAL											
Código	Nombre de provincia	Nombre de canton	Nombre de parroquia	Codigo de zona	Codigo de sector	De 18 a 25 Años	De 26 a 35 Años	De 36 a 45 Años	De 46 a 55 Años	De 56 a 64 Años	Total
170150138001	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	1	81	121	118	104	66	490
170150138002	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	2	42	56	49	44	44	235
170150138003	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	3	78	86	71	57	52	344
170150138004	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	4	85	90	77	64	38	354
170150138005	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	5	57	64	58	51	21	251
170150138006	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	6	29	44	37	37	27	174
170150138007	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	7	13	28	33	19	15	108
170150138008	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	8	13	21	25	11	13	83
170150138009	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	9	38	62	62	34	24	220
170150138010	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	10	7	30	8	10	8	63
170150138011	PICHINCHA	QUITO	QUITO	138	11	192	231	178	122	68	791

Nota: tabla obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Noviembre de 2014). www.ecuadorencifras.com.ec. (INEC, 2014, pág. 64)

Tabla 18: Población total de parroquia Iñaquito sector Bellavista

PARROQUIA DE IÑAQUITO (BELLAVISTA): POBLACIÓN DE 18 a 64 AÑOS					
De 18 a 25 Años	De 26 a 35 Años	De 36 a 45 Años	De 46 a 55 Años	De 56 a 64 Años	Total
635	833	716	553	376	3113

Nota: elaborado por Tamara Calva y Andrés Noboa

Población sector Bellavista hombres y mujeres de 18 a 64 años de edad.

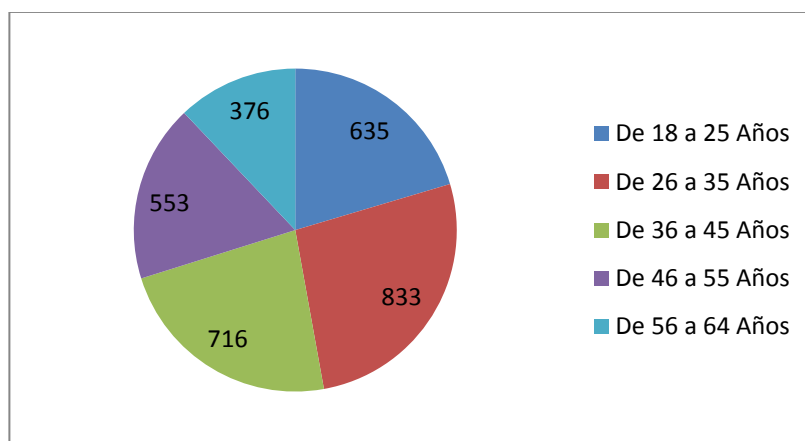


Figura 6.
Elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

La población de habitantes del sector de la Bellavistas de 3113 individuos, el tamaño de la muestra será calculada utilizando la siguiente fórmula:

Datos:

Z= 1.96 Nivel de confianza

P= 50% Probabilidad de que se efectúe el evento

Q= 50% Probabilidad de que no se efectúe el evento

N= 3113 Población bellavista

Intervalo de Confianza	Z	Nivel de Significancia E
70%	1,04	30%
75%	1,15	25%
80%	1,28	20%
85%	1,44	15%
90%	1,64	10%
95%	1,96	5%
96%	2,05	4%
99%	2,58	1%

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 3113}{0.05^2(3113 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 342.25$$

2.7.5 Fuentes de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se consultará varias fuentes de datos tanto primarias como secundarias.

Los datos de fuentes primarias y de acuerdo con nuestro problema de investigación, la mejor manera de recolectar los datos se los realizará por medio de encuestas con preguntas cerradas a los distintos grupos con los que la empresa se relaciona para esto se va aplicar estas encuestas a los trabajadores de la Empresa Uma creativa, a los proveedores, clientes y a la comunidad en que la empresa se localiza.

Dentro de los las fuentes secundarias se encuentran los datos bibliográficos, libros, artículos de revistas, internet y contenidos referentes a la Responsabilidad Social Empresarial

2.7.6 Técnicas de recolección de datos

En la presente investigación como ya se mencionó anteriormente se utilizará la encuesta como instrumento de recopilación de la información el cual será aplicado a trabajadores, proveedores, clientes de la Empresa Uma creativa, y la comunidad en la que se localiza la empresa sector Bellavista.

Los datos que se obtendrá de las encuestas servirá para evaluar las opiniones de la comunidad, reflejar el grado de satisfacción de los trabajadores, las medidas que la empresa pueda adoptar a favor de la RS, entre otros y a la vez sirve para realizar el diseño de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial que la empresa Uma creativa pueda aplicar dentro de sus políticas y estrategias de negocio.

Para lo cual se diseñará los correspondientes cuestionarios que serán introducidos en los anexos 3 del tema de tesis.

2.7.7 Análisis y presentación de resultados

- Encuesta a los empleados de Uma creativa

A) Derechos fundamentales no específicos:

1. Al momento de contratación. ¿Cree usted que se produce discriminación racial, por género, condición social?

Tabla 19: Discriminación racial por género y condición social

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Definitivamente sí	4	8,16%
b) Probablemente sí.	3	6,12%
c) No estoy seguro	5	10,20%
d) Probablemente no.	9	18,37%
e) Definitivamente no.	28	57,14%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Discriminación en la empresa Uma creativa

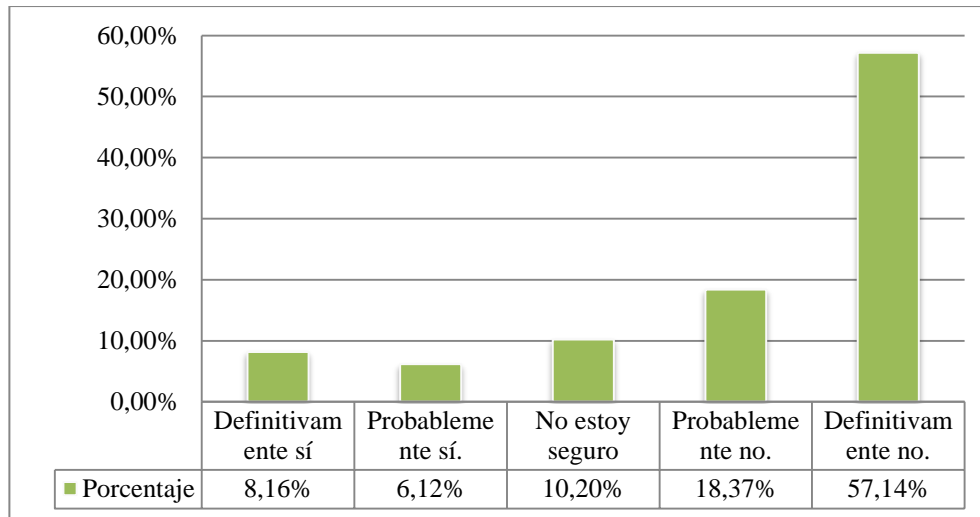


Figura 7.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 57.14% de los entrevistados consideran que definitivamente no existe discriminación racial por género condición social mientras que el 18.37% dice que probablemente no existe, el 10.20% no está seguro, el 8.16% asegura que existe discriminación por parte de Uma creativa y el 6.12% piensa que probablemente si existe discriminación. Lo que se considera que no existe discriminación por parte de los empresarios aunque es muy considerable analizar porque cierta parte de empleados sienten que existe este problema.

2. ¿Considera que el espacio físico es adecuado para trabajar en las oficinas?

Tabla 20: Espacio físico adecuado

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Totalmente de acuerdo.	17	34,69%
b) De acuerdo	18	36,73%
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16,33%
d) En desacuerdo	6	12,24%
e) Totalmente en desacuerdo		0,00%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Espacio físico en la empresa Uma creativa

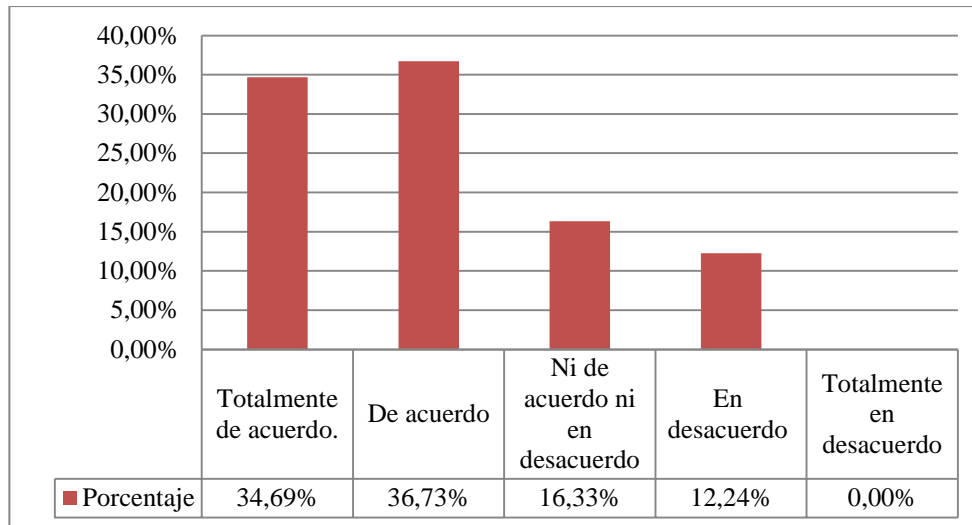


Figura 8.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 36.73% está de acuerdo en su espacio físico en la empresa, el 34.69% está totalmente de acuerdo en el espacio físico donde labora, el 16.33% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.24% se está en desacuerdo en su espacio físico. Lo cual podemos concluir que no existe un problema en el puesto de trabajo de cada empleado.

- ¿Considera que las actividades asignadas generan un nivel de stress laboral dentro de la empresa?

Tabla 21: Nivel de stress laboral

Niveles	Casos	Porcentaje
Definitivamente sí	2	4,1%
Probablemente sí.	2	4,1%
No estoy seguro	10	20,4%
Probablemente no.	15	30,6%
Definitivamente no.	20	40,8%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Stress laboral en la empresa

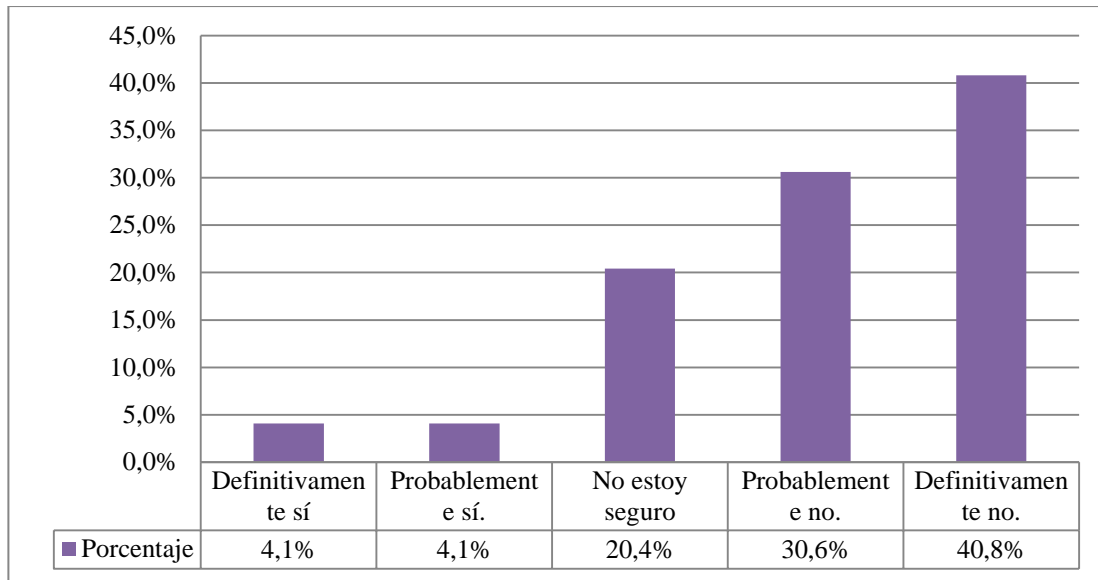


Figura 9.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 40.8% de los entrevistados piensa que definitivamente no existe stress laboral al momento de realizar las actividades dentro de la empresa, el 30.6% piensa que probablemente no existe un stress laboral, el 20.4% no está seguro que exista este problema, el 4.1% considera que definitivamente si existe stress laboral y el 4.1% afirma que probablemente si existe este problema. Los empleados se pueden sentir presionados con distintos proyectos de la empresa mientras otros no se sienten de la misma forma

4. ¿Cuánto cree usted que se respeta la libertad de pensamiento, frente a hechos que tienen relación al trabajo específico que desempeña? Con respecto a :

4.1 Tendencia política

Tabla 22: Libertad de pensamiento tendencia politica

Niveles	Casos	Porcentaje
Bastante	34	69,4%
Medio	14	28,6%
Poco	1	2,0%
Definitivamente no.	0	0,0%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Libertad de opinión de los empleados de Uma creativa

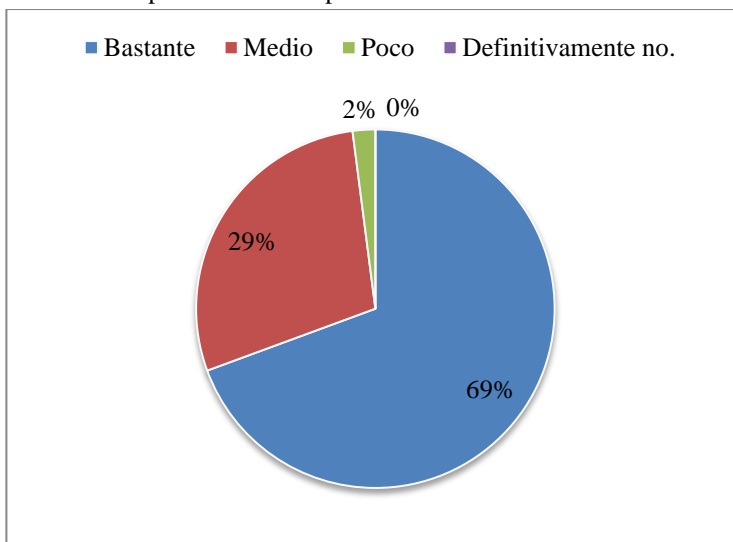


Figura 10.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 69.4% de los entrevistados consideran que se respeta bastante su libertad de pensamiento, el 28.6% consideran que se respetan a un nivel medio su libertad de pensamiento, el 2% nos dicen que se respeta su libertad de expresión poco.

Consideramos que se respeta la libertad de expresión al hablar de política dentro de la empresa Uma creativa.

4.2 Tendencia religiosa

Tabla 23: Libertad de pensamiento y tendencia religiosa

Niveles	Casos	Porcentaje
Bastante	35	71,4%
Medio	14	28,6%
Poco	0	0,0%
Definitivamente no.	0	0,0%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calva y Andrés Noboa

Libertad de pensamiento tendencia religiosa.

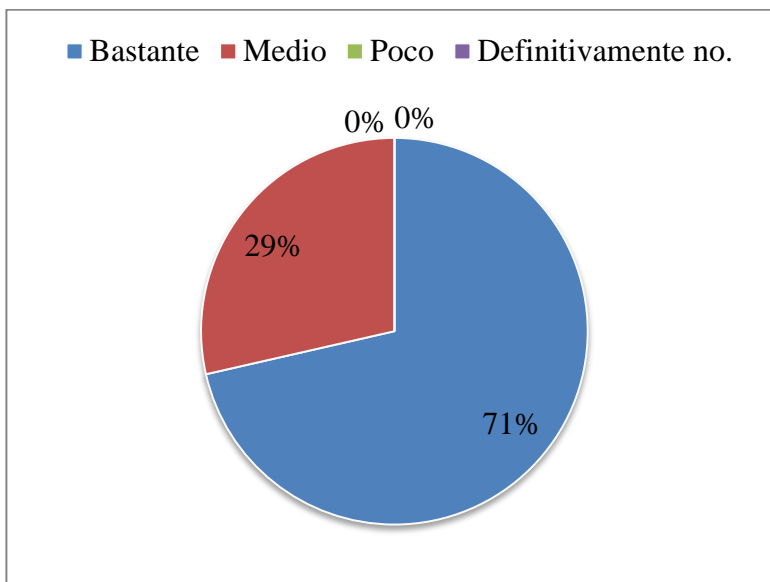


Figura 11.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 71% de los entrevistados consideran que se respeta bastante su libertad de expresión, el 29% consideran que se respetan a un nivel medio su libertad de pensamiento. Consideramos que se respeta la libertad de expresión al hablar de religión dentro de la empresa Uma creativa.

B) Derechos fundamentales específicos:

5. ¿En qué nivel considera usted que la empresa es flexible con respecto al cumplimiento de la jornada de trabajo en la medida que el cargo lo permita?

Tabla 24: Cumplimiento de la jornada laboral

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Bastante	28	57,1%
b) Medio	16	32,7%
c) Poco	4	8,2%
d) Definitivamente no	1	2,0%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Cumplimiento de la jornada laboral

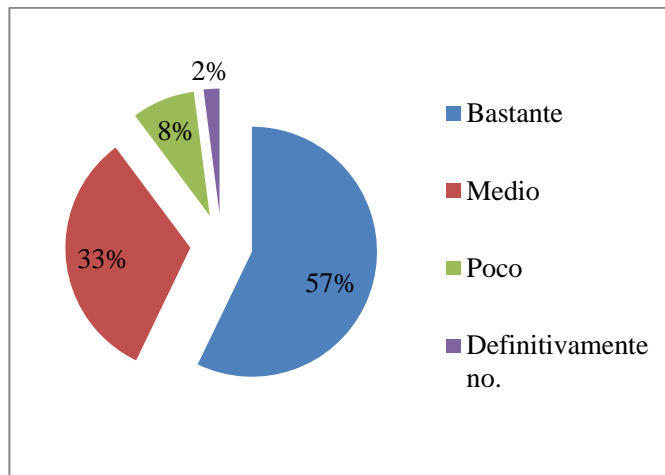


Figura 12.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 57% de los entrevistados consideran que la empresa es bastante flexible al hablar de jornada laboral, el 33% dice que la empresa es media flexible, el 8% dice que la empresa es poca flexible y el 2% dice que la empresa definitivamente no es flexible en la jornada de trabajo. No existe problemas en el horario de trabajo en la empresa Una creativa se respeta mucho la jornada de trabajo en el empresa.

6. ¿En qué grado cree usted que la empresa fomenta y facilita la capacitación laboral a los empleados?

Tabla 25: Capacitación laboral

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Alto	9	18,4%
b) Medio	23	46,9%
c) Bajo	12	24,5%
d) Nada	5	10,2%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Capacitación laboral

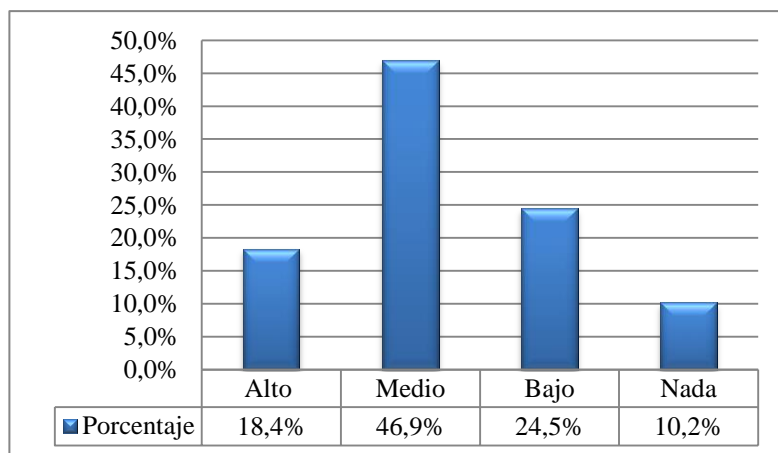


Figura 13.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 46.9% de los entrevistados consideran que es media la capacitación laboral, el 24.5% considera que la capacitación es baja en la empresa, el 18.4% considera que la capacitación es alta, y el 10.2% dice que no existe nada de capacitación. La capacitación es un aspecto muy importante dentro de las empresa es un gran problema que la mayoría de empleados de la empresa Una creativa tiene ya que solo una pequeña parte de ellos la tiene y la mayoría no de empleados se inclina a una tendencia de medio a nada.

7. ¿Qué beneficio piensa que la empresa debería ofrecer a los trabajadores?

Tabla 26: Otros beneficios

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Guarderías.	5	10,20%
b) Maternidad.	0	0,00%
c) Seguros médicos.	6	12,24%
d) Becas estudiantiles	10	20,41%
e) Programas incentivos.	28	57,14%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Beneficios para los empleados

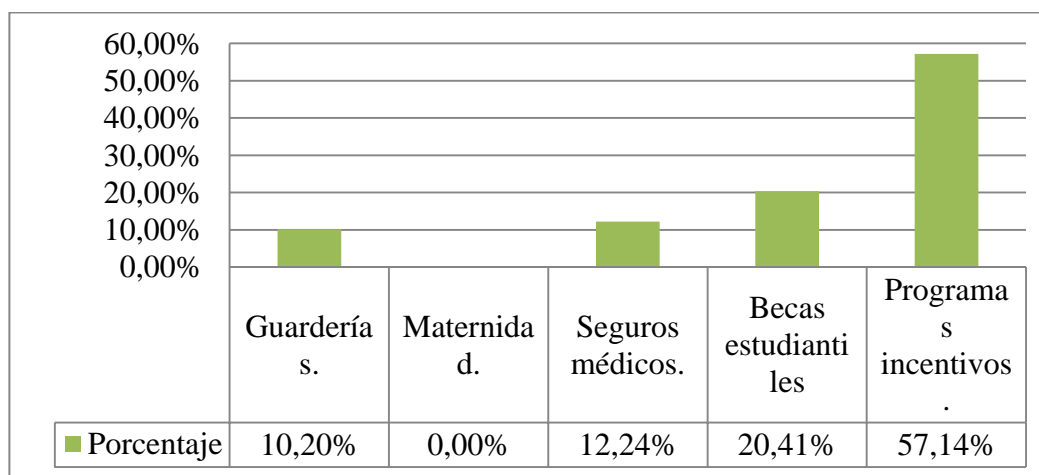


Figura 14.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 57.14% de los entrevistados considera que la empresa Uma creativa debe tener programas de incentivos, el 20.41% dice becas estudiantiles, el 12.24% seguros médicos y el 10.20% guarderías para sus hijos. Los empleados se inclinan a la tendencia de aprender más y esto se logra capacitándolos y al momento de cumplir proyectos que son extensos buscan tener incentivos mediante programas para así brindar una iniciativa extra.

8. ¿Está satisfecho y le gusta el trabajo que desarrolla?

Tabla 27: Satisfacción laboral

Niveles	Casos	Porcentaje
Muy satisfecho	30	61,22%
Satisfecho	18	36,73%
Insatisfecho	1	2,04%
Muy insatisfecho	0	0,00%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Satisfacción en el ambiente de trabajo

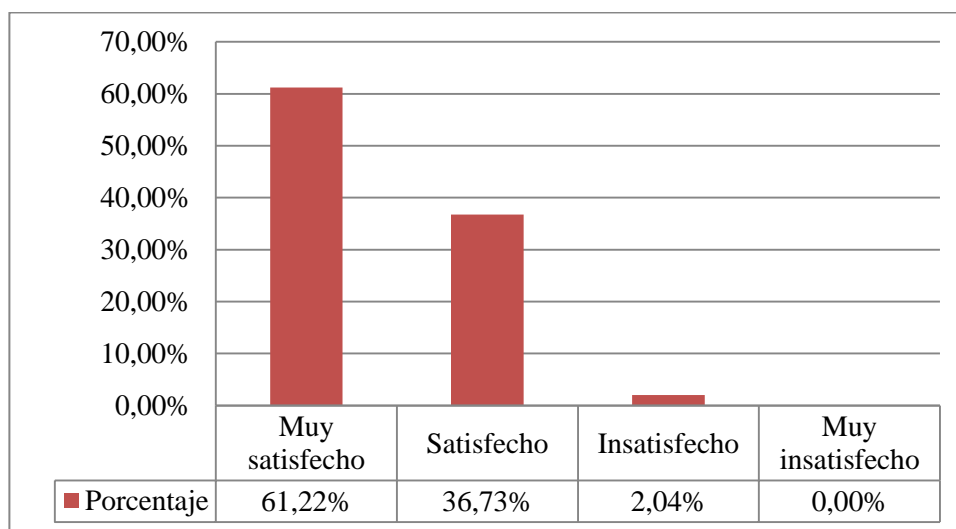


Figura 15.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 61.22% de los entrevistados se encuentra muy satisfecho por el trabajo que realizan, el 36.73% se encuentra satisfecho y el 2.04 insatisfecho. Los empleados de Uma creativa están conformes con los trabajos que realizan dentro de la empresa ya que se muestra una tendencia positiva.

9. ¿La comunicación interna dentro de su área de trabajo funciona correctamente?

Tabla 28: comunicación interna

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Totalmente de acuerdo.	16	32,65%
b) De acuerdo	19	38,78%
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16,33%
d) En desacuerdo	6	12,24%
e) Totalmente en desacuerdo		0,00%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Comunicación en la empresa Uma creativa

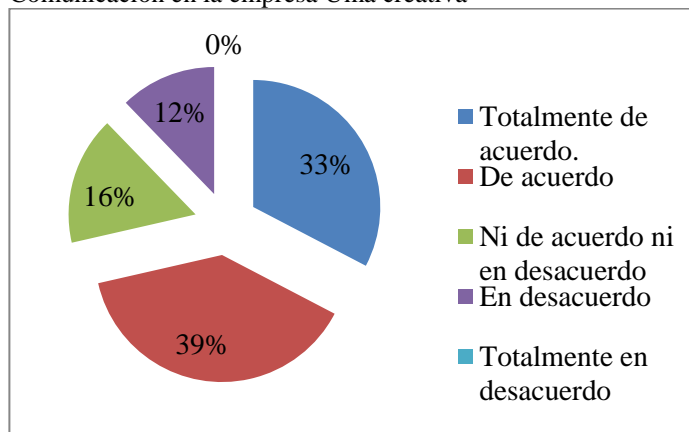


Figura 16.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 39% de los entrevistados están de acuerdo de la comunicación interna en Uma creativa, el 33% totalmente de acuerdo, el 16% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12% en desacuerdo de la comunicación interna en Uma creativa. Existe una buena relación en el personal de Uma creativa la comunicación es muy importante para lograr lo propuesto en este equipo de trabajo

1. ¿Qué contenedores específicos para reciclar tiene la empresa?

Tabla 29: Tipos de contenedores

Niveles	Casos	Porcentaje
Papel	9	18,37%
Cartón	2	4,08%
Plástico	4	8,16%
Ninguno	34	69,39%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Tipos de contenedores para reciclar

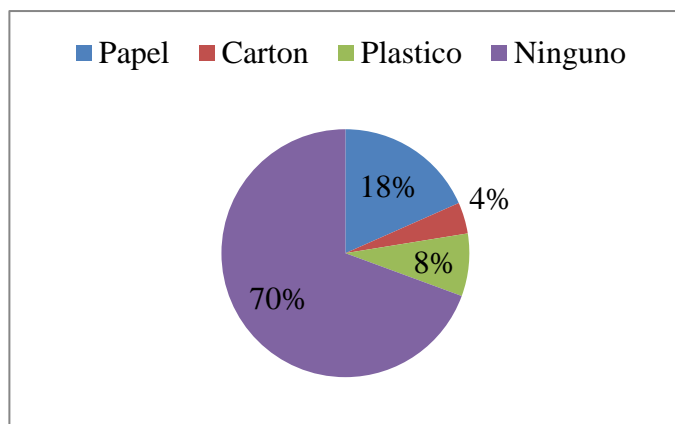


Figura 17.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 70% de los entrevistados especifican que no existen contenedores específicos en la empresa, el 18% especifican que existen contenedores para papel, el 8% especifican que

existen contenedores para plástico y el 4% especifican que existen contenedores para cartón. En realidad al momento de estar en la empresa Una creativa no encontramos la existencia de contenedores específicos para clasificar los desechos, muchos empleados confunden el poner en cartones el papel pero en realidad no se está clasificando de la mejor manera estos desechos.

2. ¿Clasifica usted la basura que genera en su oficina?

Tabla 30: Clasificación de la basura

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Sí	9	18,37%
b) No	40	81,63%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Clasificación de la basura

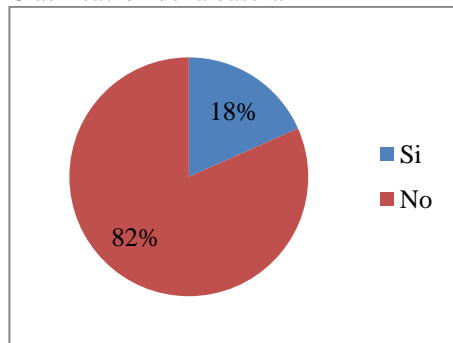


Figura 218.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 82% de los entrevistados no clasifica su basura, mientras que el 18% dice si clasificar la basura.

3. ¿Qué aspecto cree que dificultan la clasificación de la basura?

Tabla 31: Clasificación de la basura

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Falta de espacio para los basureros	7	14,29%
b) Pérdida de tiempo	15	30,61%
c) Desconocimiento de la manera de reciclar	18	36,73%
d) Desconocimiento de las ventajas futuras	9	18,37%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Clasificación de la basura:

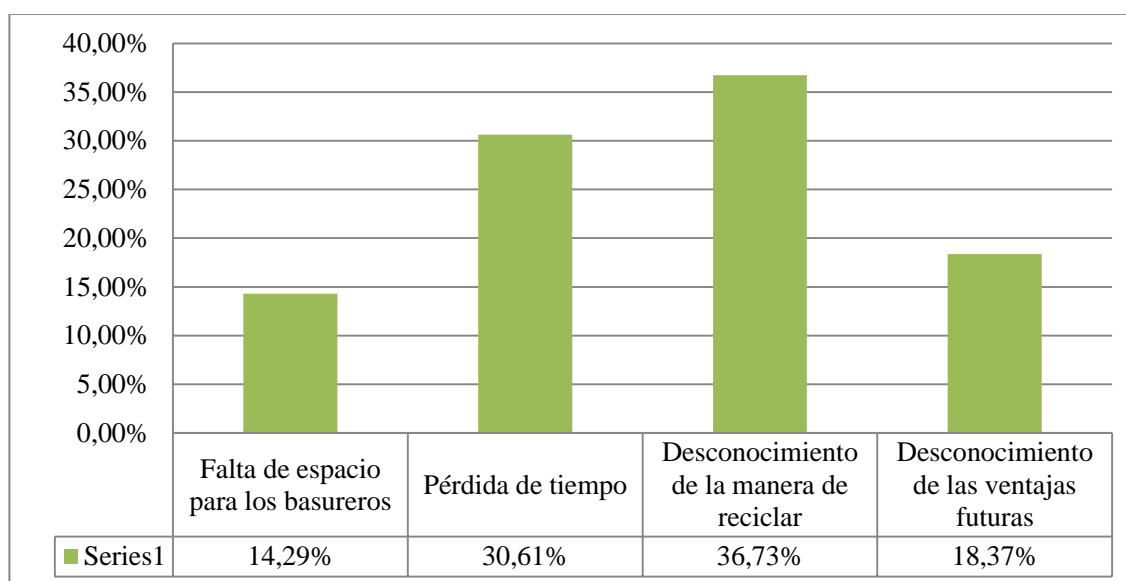


Figura 19.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 36.73% de los entrevistados tiene desconocimiento de la manera de reciclar, el 30.61% dice que es una pérdida de tiempo clasificar la basura, el 18.37% tiene el desconocimiento de las ventajas futuras y el 14.29% nos afirma que no la clasifica por la falta de espacio para los basureros.

4. ¿Cuál cree Ud. que es el problema ambiental más importante de su empresa?

Tabla 32: Problemas ambientales

Niveles		Casos	Porcentaje
a)	Consumo de cigarrillo	10	20,41%
b)	Desperdicio de útiles de oficina	18	36,73%
c)	Ruido de las maquinas		0,00%
d)	Desperdicio de energía eléctrica	16	32,65%
e)	Desperdicio de agua potable	5	10,20%
Total		49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Problemas del medio ambiente

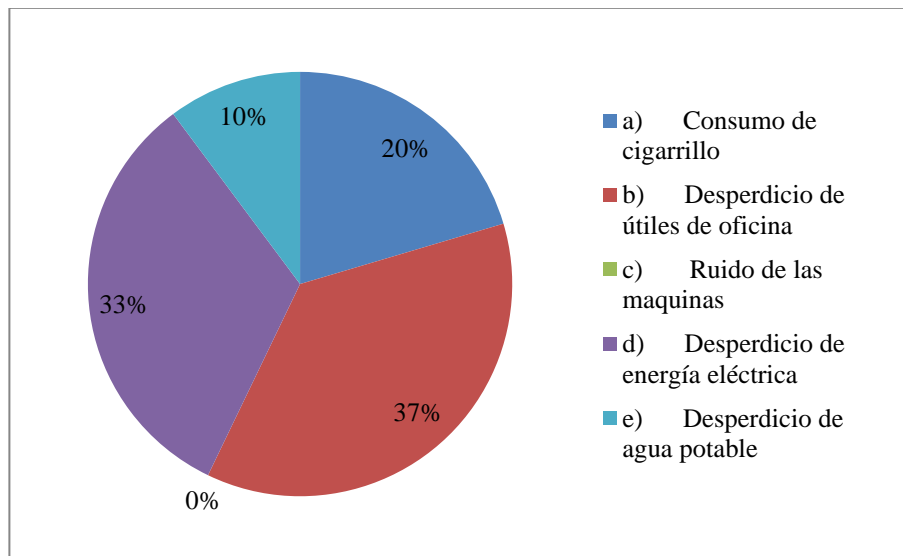


Figura 20.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 37% de los entrevistados considera que existe desperdicio de útiles de oficina, el 33% considera que existe desperdicio de energía eléctrica, el 20% considera que existe gran consumo de cigarrillo y el 10% considera que existe desperdicio de agua potable. No existe ruido ni molestia por el uso de los aparatos electrónicos al momento de hablar de lo desinhibidos del ruido pero si existe un gran desperdicio y contaminación en los otros puntos.

5. ¿Cree que las autoridades de su empresa se preocupan por temas ambientales?

Tabla 33: Preocupación de Una creativa por temas ambientales

Niveles	Casos	Porcentaje
Definitivamente sí	3	6,1%
Probablemente sí.	7	14,3%
No estoy seguro	21	42,9%
Probablemente no.	14	28,6%
Definitivamente no.	4	8,2%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Preocupación de temas medio ambientales

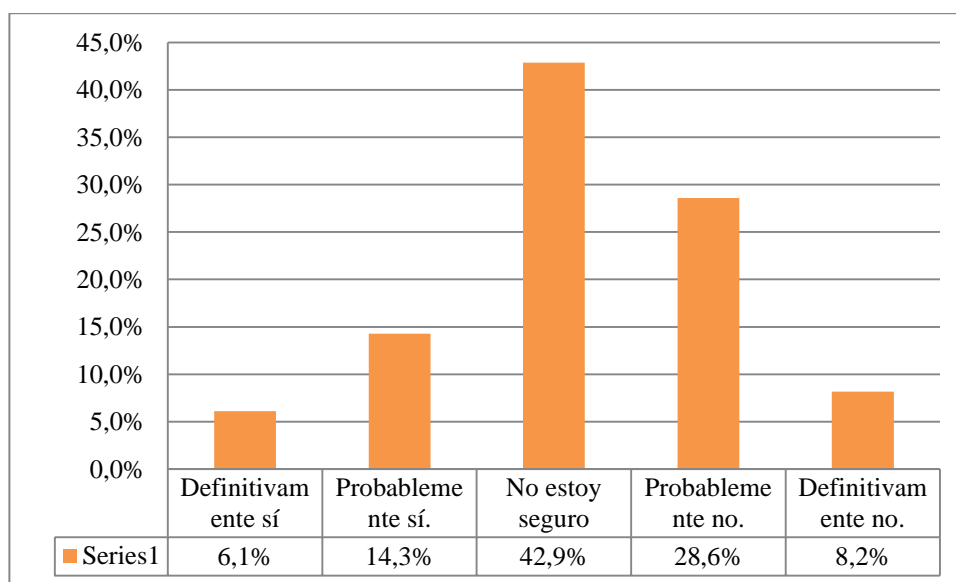


Figura 21.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 42.9% de los entrevistados no está seguro de que la empresa se preocupe de temas ambientales, el 28.6% dice que probablemente la empresa no se preocupa, el 14.3% dice que probablemente la empresa si se preocupa, el 8.2% dice que la empresa definitivamente no se preocupa, el 6.1% dice que la empresa definitivamente si se preocupa. Lo empleados tiene desconocimiento si la empresa aplica temas para la protección del medio ambiente por ello que la tendencia es negativa en el tema.

6. ¿Apoyaría a la Propuesta de una gestión de buenas prácticas ambientales en su empresa?

Tabla 34: Gestión de buenas prácticas ambientales

Niveles	Casos	Porcentaje
Sí	49	100,00%
No	0	0,00%
Total	49	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Gestión de buenas prácticas ambientales

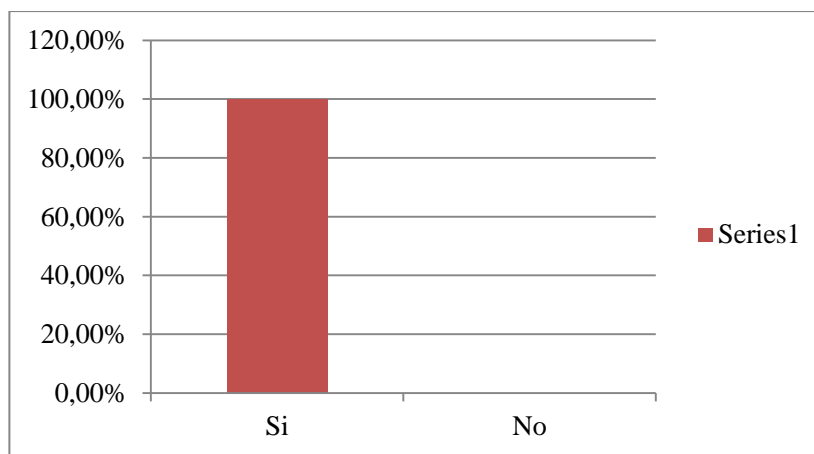


Figura 22.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 100% de los entrevistados estarían dispuestos a que en su empresa se aplique la gestión de buenas prácticas ambientales.

- Encuestas a los Clientes de la empresa Uma creativa:

1. ¿Cómo define su grado de satisfacción general con los servicios que ofrece a empresa Uma creativa?

Tabla 35. Grado de satisfacción de los clientes con los servicios de la empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Completamente satisfecho	5	16,1%
b) Satisfecho	26	83,9%
c) Insatisfecho	0	0,0%
d) Completamente insatisfecho	0	0,0%
Total	31	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Grado de satisfacción de los clientes con los servicios de la empresa

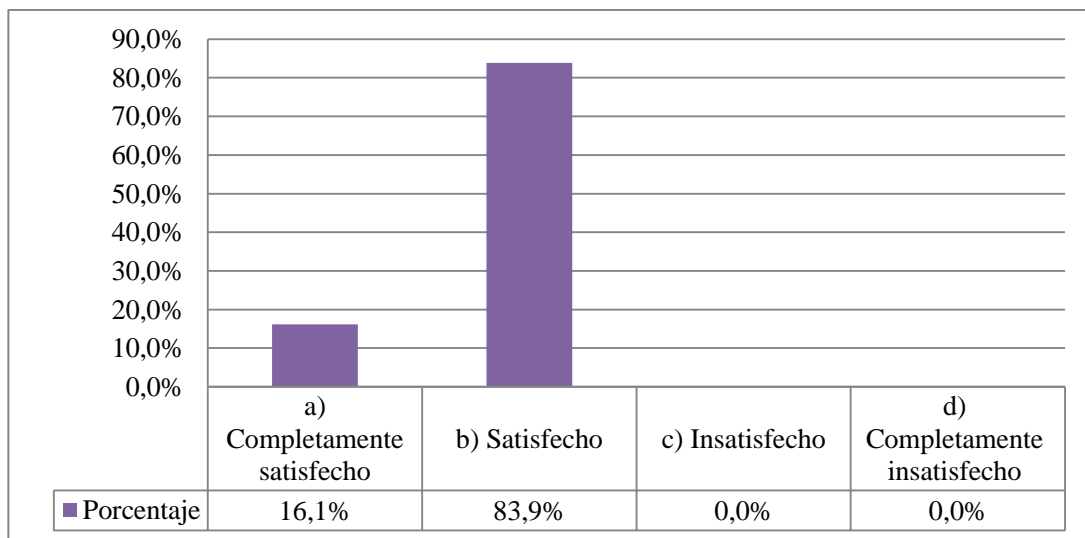


Figura 23.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 83,9% de los entrevistados dicen estar satisfechos con el servicio que ofrece la empresa Uma creativa, el 16,1% de los clientes dice estar completamente satisfechos con los servicios que la empresa les ha brindado, mientras que las respuestas como estar Insatisfecho o Completamente insatisfecho tienen un porcentaje de 0% lo cual indica que todos los clientes se sienten conformes con los servicios que ofrece la empresa.

2. ¿Conoce cuáles son los 3 elementos que abarca la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 36: Elementos de la responsabilidad social empresarial

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Económico, rentable y social	8	26,67%
b) Económico, social y ambiental	18	60,00%
c) Económico, político y laboral	4	13,33%
Total	30	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial

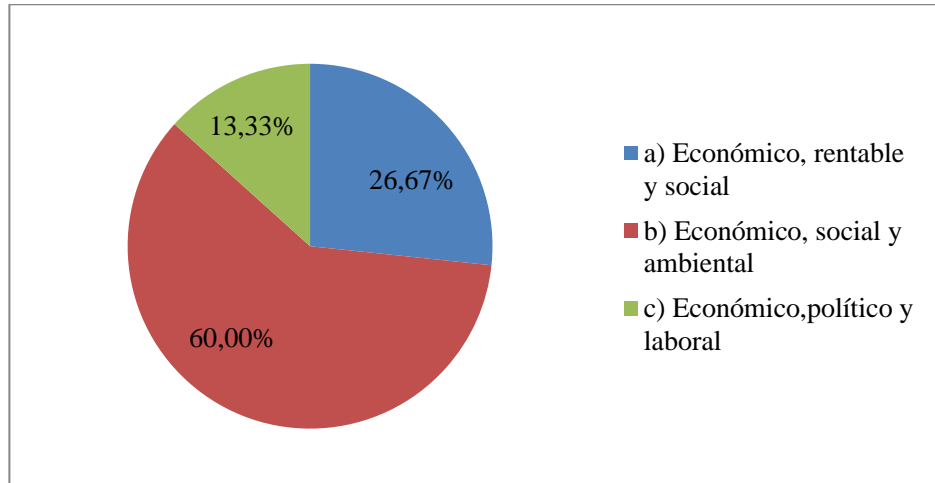


Figura 24.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 60% de las empresas encuestadas afirmaron que los elementos de la Responsabilidad Social Empresarial son: económico, social y ambiental, lo cual significa que mayoritariamente los clientes de la Empresa Una Creativa tienen conocimiento de lo que implica la Responsabilidad Social lo cual beneficia a la empresa, ya que al implementar el modelo se podrá evidenciar mayor lealtad por parte de los clientes. El 26,67% de los encuestados afirmaron que los elementos de la Responsabilidad Empresarial eran económico, rentable y social; y el 13,13% escogieron la respuesta c) Económico, político y laboral; por lo que es necesario socializar el tema de RSE, para que disminuya el desconocimiento por parte de las empresas.

3. ¿Considera importante la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas?

Tabla 37: Importancia de la RSE en las empresas

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Muy importante	10	32,3%
b) Importante	13	41,9%
c) Medianamente importante	6	19,4%
d) Poco importante	2	6,5%
e) Muy poco importante	0	0,0%
Total	31	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas

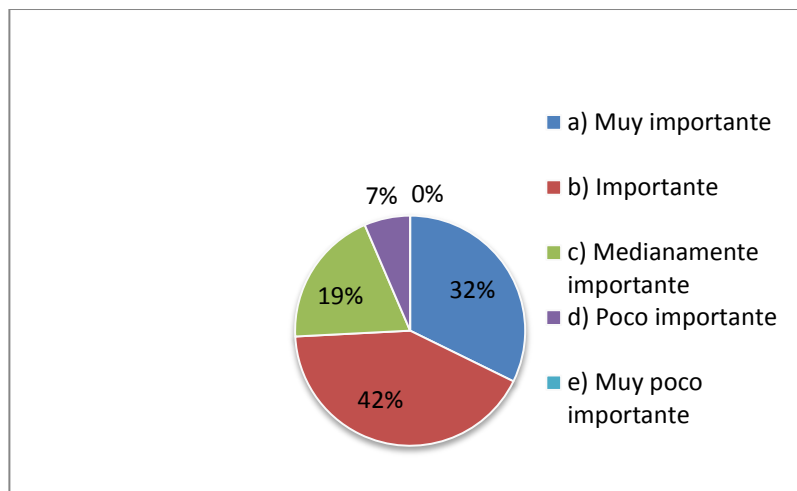


Figura 25.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 41,9% grupo mayoritario de los encuestados afirmó que es importante la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas, el 32,3% de los encuestados, afirmó que es muy importante, el 16,4% dijo que es medianamente importante; mientras que el 6,5% afirmó que era poco importante y ninguna empresa opinó que sea muy poco importante la responsabilidad social empresarial.

4. ¿Cree usted que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de la empresa Uma creativa sea un factor positivo o negativo en relación a las actividades comerciales que mantiene con su empresa?

Tabla 38. RS factor positivo o negativo para las empresas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Positivo	23	74,2%
b) Ni positivo ni negativo	6	19,4%
c) Negativo	0	0,0%
d) No sabría decir	2	6,5%
Total	31	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Responsabilidad Social factor positivo o negativo para las empresas

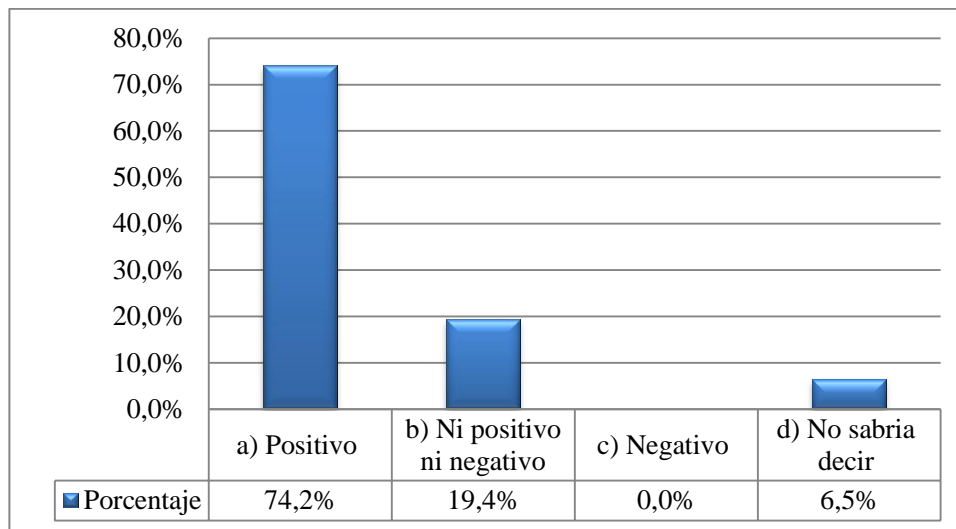


Figura 26.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El porcentaje mayor con el 74,2% afirma que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de la empresa Uma creativa es un factor positivo con respecto a las actividades comerciales que mantienen con las empresas encuestadas lo que es un punto importante ya que se puede crear un vínculo importante con los clientes con la aplicación del modelo de RSE; el 19,4% concluyó que no es ni positivo ni negativo es decir que no le afecta ni beneficia a los clientes de la empresa, y

un 6,5% no sabría decir si es un factor negativo ni positivo, mientras que ninguna de las empresas encuestadas ve a la Responsabilidad Social Empresarial como un factor negativo, y que no afecta con los servicios que la empresa ofrece a sus clientes.

5. ¿En qué programa de la comunidad cree usted que deben enfocarse las empresas que adoptan la Responsabilidad Social Empresarial?

Seleccione solo una opción que crea sea la más importante.

Tabla 39: RSE programas de la comunidad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Realizar campañas de salud	2	6,45%
b) Realizar campañas de educación	2	6,45%
c) Realizar campañas de vivienda	1	3,23%
d) Crear espacios de recreación	0	0,00%
e) Patrocinar eventos comunales	3	9,68%
f) Realizar donaciones en efectivo	1	3,23%
g) Realizar campañas de reforestación	4	12,90%
h) Realizar obras sociales	13	41,94%
i) Ayudar a grupos prioritarios de la comunidad.	5	16,13%
Total	31	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Responsabilidad Social Empresarial programas de la comunidad

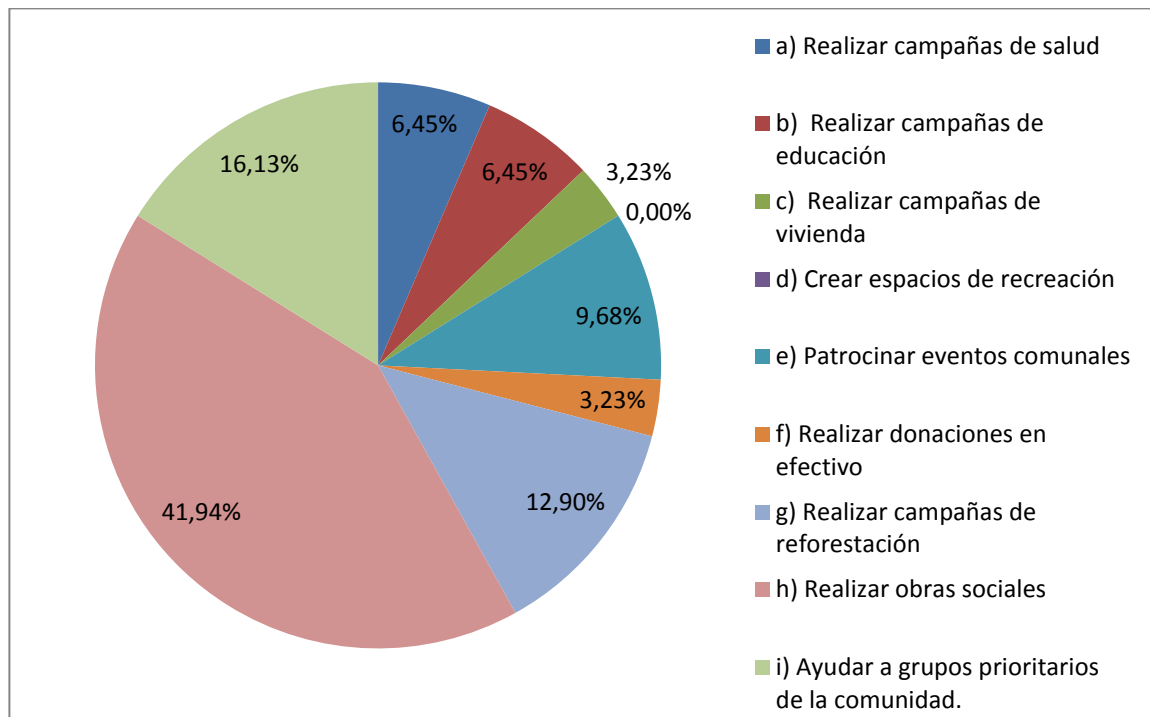


Figura 27.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 41,94% de los clientes encuestados concluyó que las empresas que apliquen la Responsabilidad Social Empresarial, deben enfocarse en realizar obras sociales principalmente, el 16,13% de las empresas opina que se debe ayudar a los grupos prioritarios de la comunidad, el 12,90% de las empresas encuestadas creen que se deben realizar campañas de reforestación que es uno de los puntos en el ámbito ambiental que abarca también la RSE, el 9,68% afirma que se deben patrocinar eventos comunales, el 6,45% afirmaron que se deben realizar campañas de salud, y el mismo porcentaje afirma que se debe realizar también campañas de educación, y el 3,23% de los clientes encuestados afirman que se debe realizar campañas de vivienda y el mismo porcentaje del 3,23% apoya realizar donaciones en efectivo, mientras que ninguno de los encuestados cree que sea necesarios crear espacios de recreación.

6. ¿Cree usted que una empresa que maneje Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus operaciones tiene:

Seleccione solo una opción que crea sea la más importante.

Tabla 40. RSE y sus beneficios según las empresas encuestadas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Mayor posicionamiento en el mercado	6	19,35%
b) Mayor lealtad del consumidor	5	16,13%
c) Sostenibilidad del negocio	1	3,23%
d) Captar nuevos clientes	3	9,68%
e) Incremento del valor de las acciones	2	6,45%
f) Atracción de proveedores de calidad	1	3,23%
g) Mejor aceptación social, imagen y reputación	13	41,94%
Total	31	100,00%

Nota: elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

La Responsabilidad Social Empresarial y sus beneficios según las empresas encuestadas.

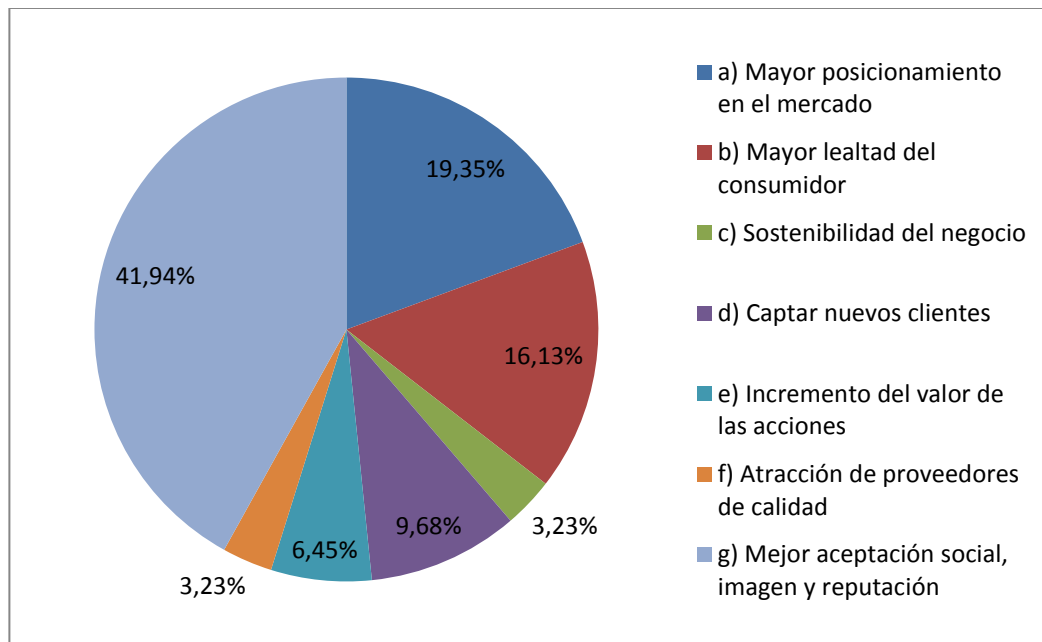


Figura 28.

Elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 41,94% de los clientes de la empresa Uma creativa que fueron encuestados, señalaron que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial genera una mejor aceptación social, de imagen y reputación para empresa, el 19,35% opino que se da un mayor posicionamiento en el mercado, el 16,13% de los encuestados señaló que la empresa se beneficiaría tanto en obtener una mayor lealtad del consumidor, el 9,68% opinó que se benefician las empresas por captar nuevos clientes, el 6,45% afirmó que la empresa se beneficiaría en el incremento del valor de las acciones de la compañía, y el 3,23% de los clientes encuestados concluyo que la aplicación de la RSE, crea sostenibilidad del negocio, y en el mismo porcentaje opinaron que existe una atracción de proveedores de calidad.

7. ¿Utiliza Responsabilidad Social Empresarial dentro de las políticas de su empresa?

Tabla 41: RS en las empresas encuestadas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	58,06%
No	13	41,94%
Total	31	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Responsabilidad Social en las empresas encuestadas

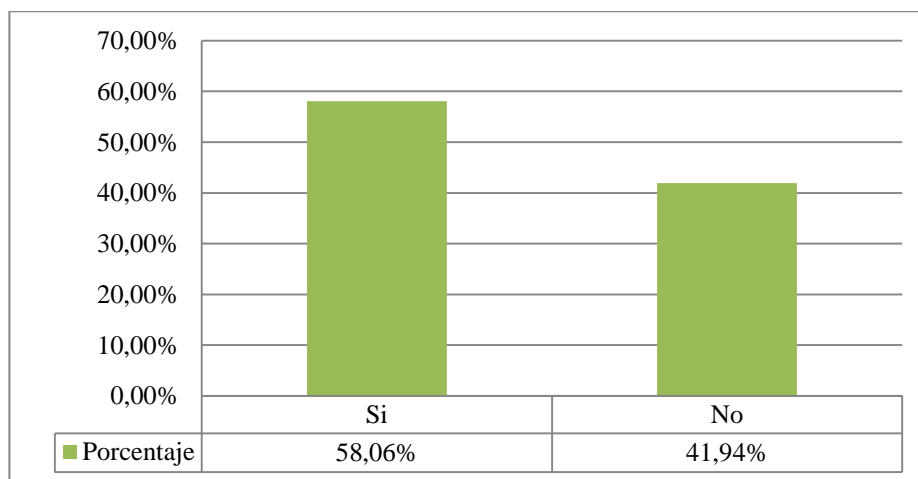


Figura 29.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 58,06% afirman que si aplican Responsabilidad Social dentro de las políticas de su empresa, este número elevado se debe a que en gran parte los clientes de la Empresa Uma creativa, son instituciones públicas las cuales aplican los principios del buen vivir y crean planes, programas y proyectos que benefician a los ciudadanos en general por lo que se aplica algunos principios de la Responsabilidad Social, mientras que un porcentaje del 41,94% afirman que no utilizan la RSE en su empresa.

8. ¿Cree usted que todas las empresas deberían aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador?

Tabla 42: RS en el ecuador segun las personas encuestadas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	77,42%
No	7	22,58%
Total	31	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

La Responsabilidad Social en el Ecuador

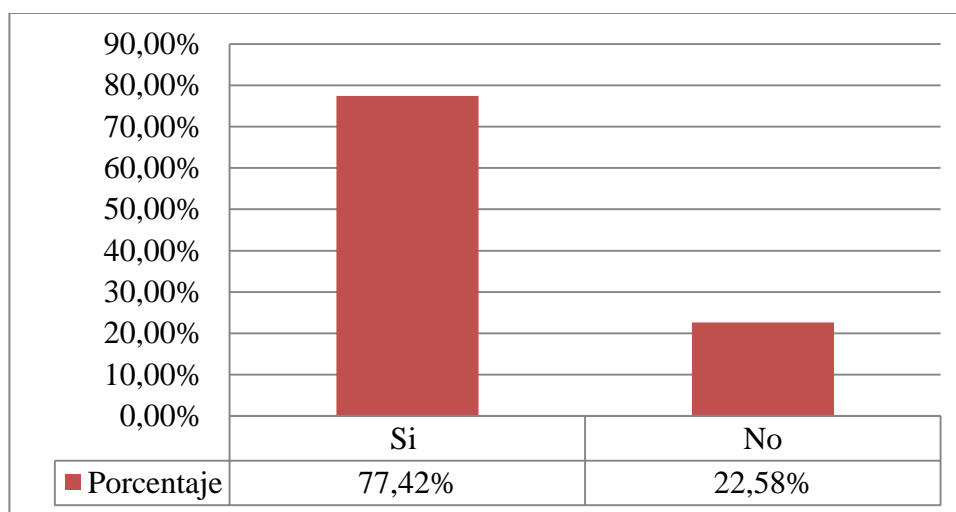


Figura 30.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: EL 77,42% afirma que todas las empresas deberían aplicar la Responsabilidad Social Empresarial dentro de las políticas de la empresa, un factor positivo para el desarrollo del modelo que se planteará más adelante, y el 22,58% cree que no todas las empresas en Ecuador deberían aplicar la RSE.

- Encuesta a proveedores de la empresa Uma creativa

1. ¿Cómo define sus relaciones comerciales con la empresa Uma creativa?

Tabla 43: Relaciones comerciales

Niveles	Proveedores	Porcentaje
a) Muy buena	2	28,6%
b) Buena	5	71,4%
c) Mala	0	0,0%
d) Regular	0	0,0%
Total	7	100,0%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Relaciones comerciales con la empresa Uma creativa

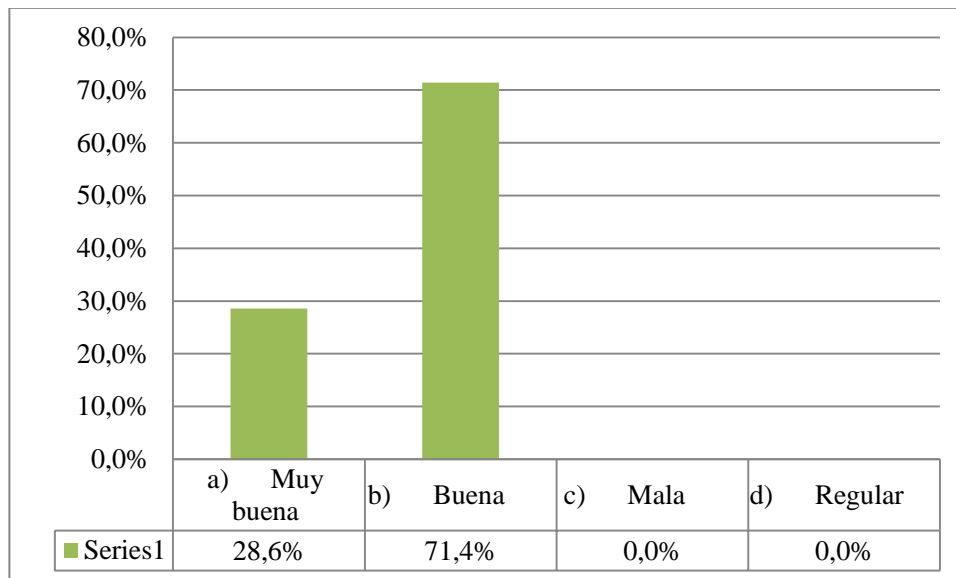


Figura 31.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 71.4% de los entrevistados consideran que las relaciones comerciales con la empresa Una creativa son buenas, el 28.6% dice que las relaciones comerciales son muy buenas. Lo que se considera que no existe ningún problema con los 7 proveedores.

2. ¿Conoce cuáles son los 3 elementos que abarca la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 44: Elementos de la RSE

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Económico, rentable y social	2	28,6%
b) Económico, social y ambiental	3	42,9%
c) Económico, político y laboral	2	28,6%
Total	7	100,0%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Elementos de la RS

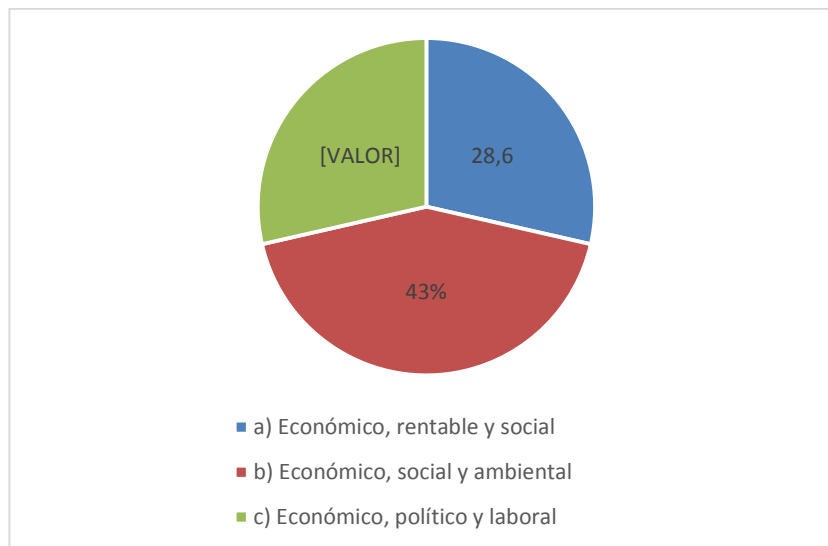


Figura 32.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 43% de las empresas encuestadas afirmaron que los elementos de la Responsabilidad Social Empresarial son: económico, social y ambiental, lo cual significa que mayoritariamente los proveedores de la Empresa Una Creativa tienen

conocimiento de lo que implica la Responsabilidad Social, el 28,6% de los encuestados afirmaron que los elementos de la Responsabilidad Empresarial eran económico, rentable y social; y el mismo porcentaje de 28,6% escogieron la respuesta c) Económico, político y laboral.

3. ¿Considera importante la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas?

Tabla 45: Importancia de la RS

Niveles	Proveedores	Porcentaje
a) Muy importante	4	57,1%
b) Importante	2	28,6%
c) Medianamente importante	1	14,3%
d) Poco importante		
e) Muy poco importante	0	0,0%
Total	7	100,0%

Nota: elaborado por Tamara Calva y Andrés Noboa

Importancia de la responsabilidad social en el Ecuador

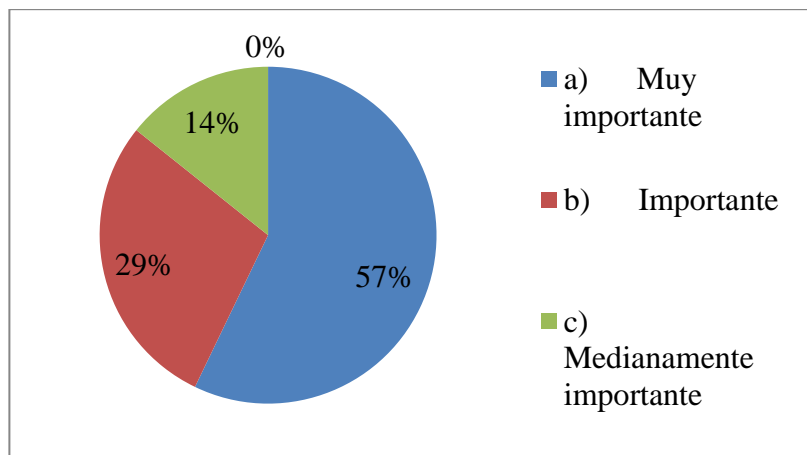


Figura 33.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 57% de los entrevistados consideran muy importante la responsabilidad social empresarial el 29% consideran importante la responsabilidad social empresarial, el 14% mediamente importante y ninguna empresa proveedora piensa que no es importante.

4. ¿Cree usted que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de la empresa Una creativa sea un factor positivo o negativo en relación a las actividades comerciales que mantiene con su empresa?

Tabla 46: Factores que influyen en la negociación

Niveles	Proveedores	Porcentaje
a) Positiva	5	71,4%
b) Ni positiva ni negativa	2	28,6%
c) Negativa	0	0,0%
d) No sabría decir	0	0,0%
Total	7	100,0%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Factores que influyen en la negociación

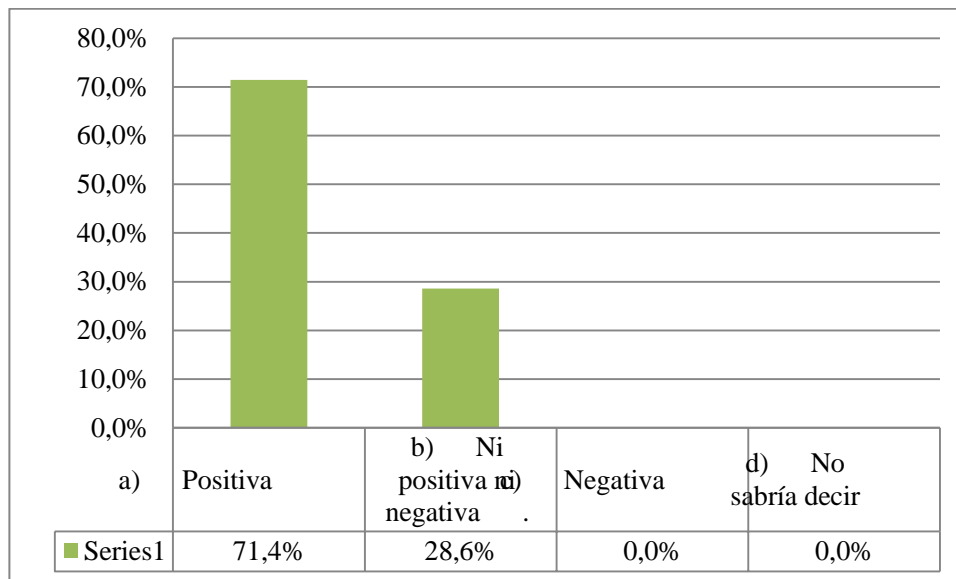


Figura 34.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 71.4% de los entrevistados consideran que es un factor positivo que la empresa aplique Responsabilidad social frente a las negociaciones, el 28.6% que no es factor ni positivo ni negativo, ya que no muchas empresas tiene responsabilidad social pero manejan muy bien sus residuos.

5. ¿Qué programa de la comunidad cree usted que debe enfocarse las empresas que adoptan por la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 47: Programas de RS

a) Realizar campañas de salud	0	0,0%
b) Realizar campañas de educación	0	0,0%
c) Realizar campañas de vivienda	0	0,0%
d) Crear espacios de recreación	0	0,0%
e) Patrocinar eventos comunales	0	0,0%
f) Realizar donaciones en efectivo	0	0,0%
g) Realizar campañas de reforestación	0	0,0%
h) Realizar obras sociales	4	57,1%
i) Ayudar a grupos prioritarios de la comunidad.	3	42,9%
Total	7	100,0%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Programas para la aplicación de RS

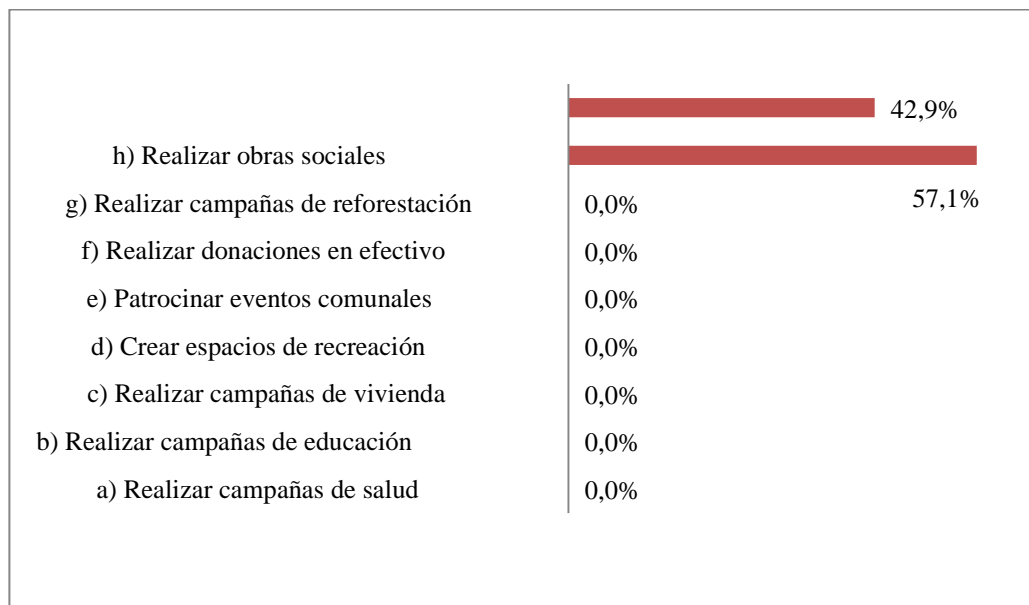


Figura 35.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 57.9% de los entrevistados consideran que un programa de responsabilidad social sería el realizar obras sociales y el que el 42.9% consideran que un programa de responsabilidad social sería el ayudar a grupos prioritarios de la comunidad. Es dos puntos serían claves al momento en que una creativa se dirija hacia un programa comunitario.

6. ¿Cree usted que una empresa que maneje Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus operaciones tiene:

Tabla 48: Imagen de RS en una empresa

Niveles	Proveedores	Porcentaje
a) Mayor posicionamiento en el mercado	0	0,0%
b) Mayor lealtad del consumidor	0	0,0%
c) Sostenibilidad del negocio	1	14,3%
d) Captar nuevos clientes	0	0,0%
e) Incremento del valor de las acciones	0	0,0%
f) Atracción de proveedores de calidad	2	28,6%
g) Mejor aceptación social, imagen y reputación	4	57,1%
Total	7	100,0%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

La responsabilidad social en las empresas

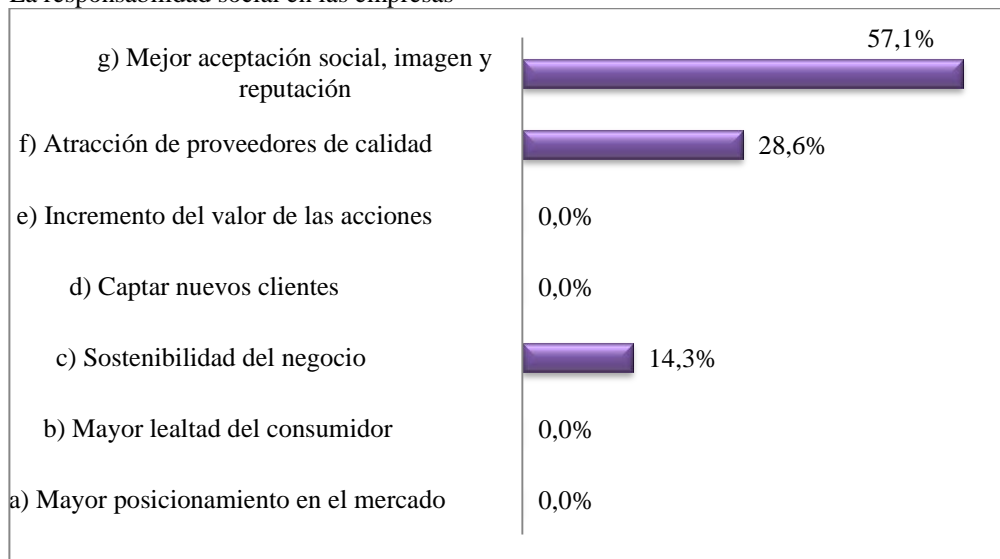


Figura 36.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 57.1% de los entrevistados consideran que una empresa que maneja responsabilidad social dentro de sus operaciones le ayudaría a mejor aceptación social, imagen y reputación género condición social mientras que el 28.6% dice que una empresa que maneja responsabilidad social dentro de sus operaciones le ayudaría a la atracción de proveedores de calidad y que el 14.3% le ayudaría a mantener una sostenibilidad del negocio.

7. ¿Utiliza Responsabilidad Social Empresarial dentro de las políticas de su empresa?

Tabla 49: Utilización de RS

Niveles	Proveedores	Porcentaje
a) Sí.	5	71,4%
e) No.	2	28,6%
Total	7	100,0%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Políticas de RS en la empresa Uma creativa

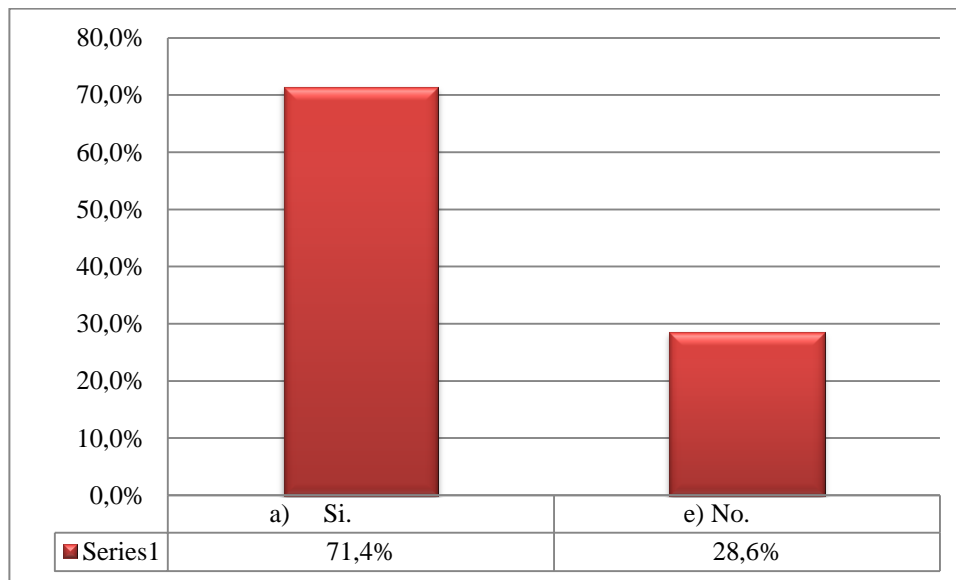


Figura 37.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación:

El 71.4% de los entrevistados posee responsabilidad social dentro de sus empresas el 28.6% dice no existe responsabilidad social dentro de su empresa. Las empresas que no poseen responsabilidad social dentro de sus políticas son Compusolutions y Mundo Mac.

8. ¿Cree usted que todas las empresas deberían aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador?

Tabla 50: RS en el Ecuador

Niveles	Proveedores	Porcentaje
a) Sí.	6	85,7%
e) No.	1	14,3%
Total	7	100,0%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

La responsabilidad social en el Ecuador

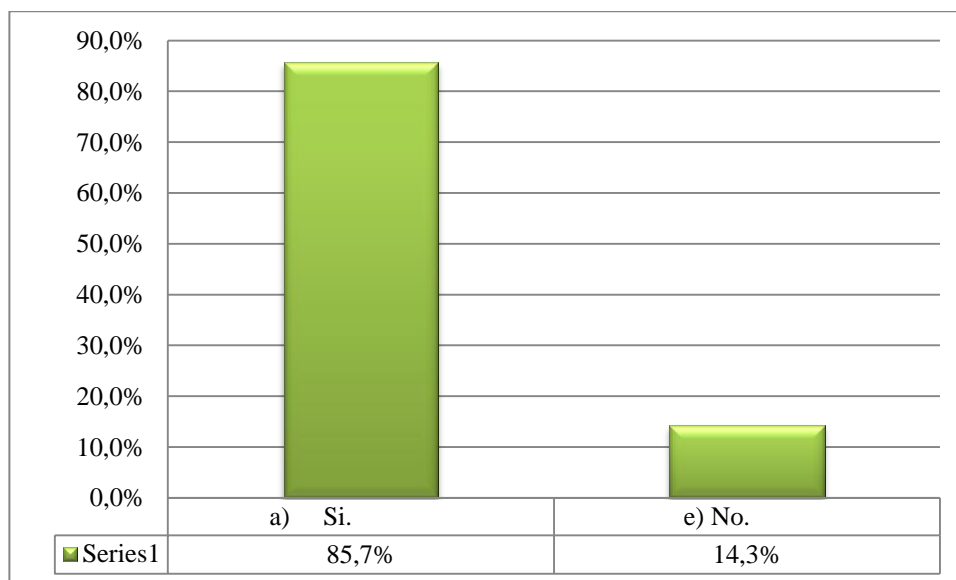


Figura 38.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 87.7% de los entrevistados consideran que todas las empresas deben aplicar una política de responsabilidad social empresarial y el 14.3% considera que no es necesario que todas las empresas se apliquen responsabilidad social. La empresa Hp Company considera que existen empresas que por su naturaleza y la manera de producir deben aplicar responsabilidad social ya que son empresas contaminantes y de alguna manera deben contribuir con el deterioro del planeta en forma positiva y otras empresas pequeñas no producen tantos desperdicios que afecten al medio ambiente y sería un gasto asesorarlas en el tema de responsabilidad social.

- Encuestas a la comunidad del sector la Bellavista:

1. ¿Conoce cuáles son los 3 elementos que abarca la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 51: Elementos de la RSE según la comunidad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Económico, rentable y social	111	32,46%
b) Económico, social y ambiental	93	27,19%
c) Económico, político y laboral	138	40,35%
Total	342	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Los elementos de la RS en la comunidad

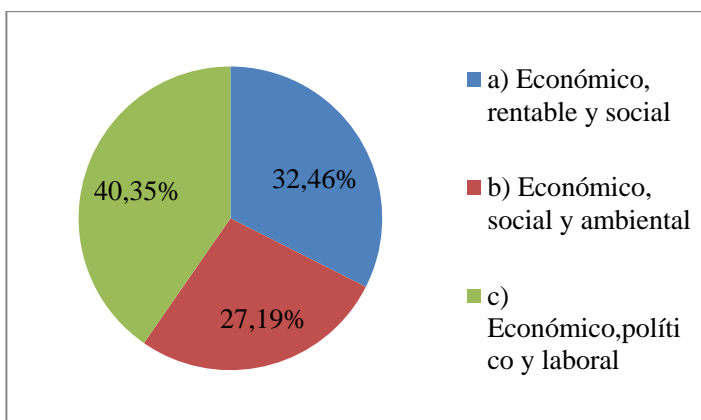


Figura 39.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: Según las encuestas realizadas a la comunidad sobre los elementos que abarca la Responsabilidad Social Empresarial, el 40,35% de los encuestados opinaron que los elementos son: económico, político y laboral; el 32,46% afirmaron que los elementos son: económico, rentable y social; y por último el 27,19% es económico, social y ambiental. Según las respuestas de la comunidad se puede evidenciar el desconocimiento por parte de la población del tema de Responsabilidad Social Empresarial, por lo que es importante socializar la información pertinente para conocimiento y conciencia de la ciudadanía.

2. ¿Cree usted que las empresas tienen un modelo de Responsabilidad Social Empresarial que beneficia a la comunidad en que se desarrolla?

Tabla 52. Modelo de RSE en las empresas según la comunidad

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Todas	56	16,37%
b) Algunas	145	42,40%
c) Ninguna	45	13,16%
d) No conozco	96	28,07%
Total	342	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Modelo de las RS en la empresa

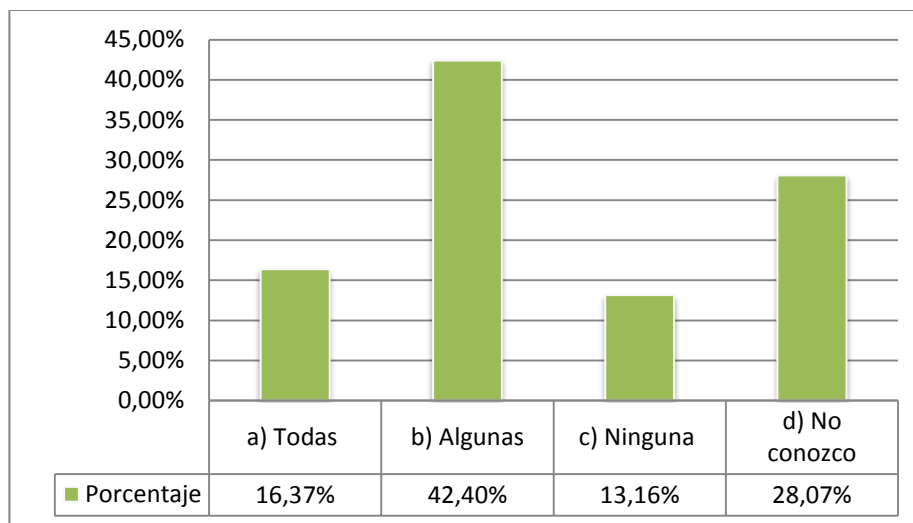


Figura 40.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 42,40% de las personas encuestadas afirmaron que algunas empresas tienen un modelo de Responsabilidad Social Empresarial que beneficia a la comunidad, el 28,07% de los encuestados no conocen si las empresas ayudan a la comunidad, el 16,37% de la comunidad cree que todas las empresas tienen un modelo que beneficia a la sociedad; mientras que el 13,16% concluyó que ninguna de las empresas posee un modelo de responsabilidad social empresarial que beneficia a la comunidad en que se desarrolla.

3. ¿Cuál cree usted que es la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador?

Tabla 53: RSE en el Ecuador según la comunidad

Niveles	Casos	Porcentaje
c) Regular	17	4,97%
b) Buena	31	9,06%
c) Regular	218	63,74%
d) Mala	65	19,01%
e) Muy mala	11	3,22%
Total	342	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

RS en el Ecuador según la comunidad

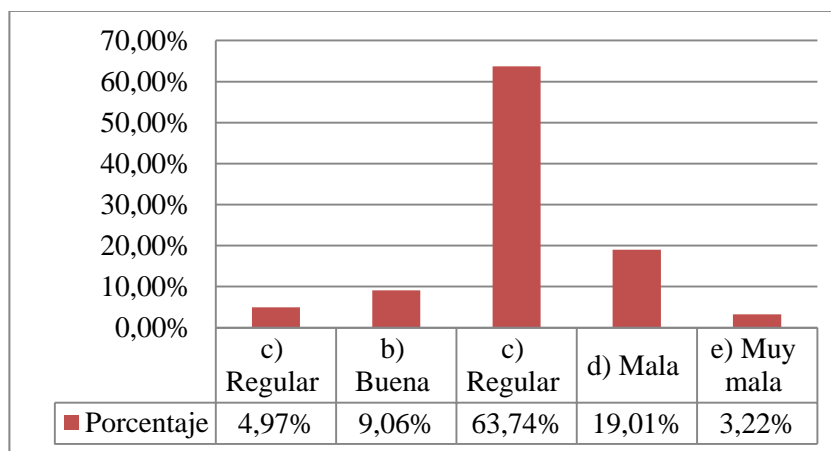


Figura 41.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 63,74% de los encuestados grupo mayoritario afirmaron que en el Ecuador existe una regular situación de la Responsabilidad Social Empresarial, el 19,01% concluyeron que la situación de RSE es mala, el 9,06% dijo que es buena, el 4,97% de los encuestados dijo que la situación en el país de RSE es regular, mientras que un grupo menor con el 3,22% aseguro que es muy mala. Como se analizó la mayoría de la población encuestada aseguro que existe una regular acción de Responsabilidad Social en el Ecuador, por lo que es importante, dar a conocer a la comunidad que la empresa Uma creativa se preocupa por la comunidad en que se desarrolla, y a la vez implementara un modelo que abarque todo lo relacionado a la RSE.

4. ¿En qué programa cree usted que debe enfocarse la empresa para ayudar a la comunidad?

Seleccione la opción que crea sea la más importante.

Tabla 54: Programas para ayuda comunitaria

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Realizar campañas de reforestación	83	24,27%
b) Realizar obras sociales	131	38,30%
c) Patrocinar eventos comunales	31	9,06%
d) Ayudar a grupos prioritarios de la comunidad.	97	28,36%
Total	342	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Programas de ayuda a la comunidad

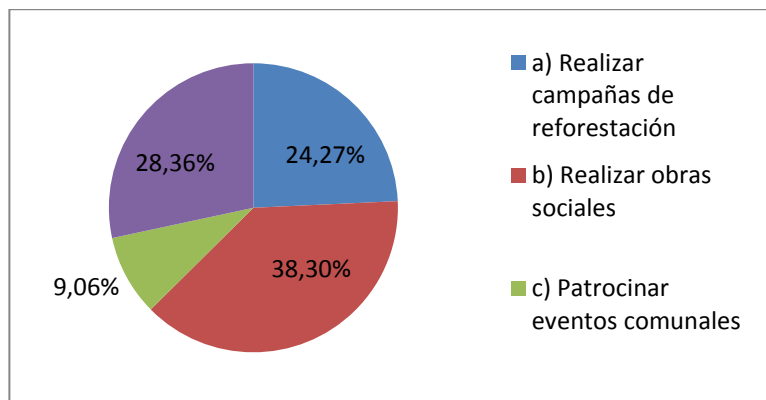


Figura 42.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 38,30% de la población encuestada cree que la empresa Uma creativa debe enfocarse en realizar obras sociales en bien de la comunidad, el 28,36% de los encuestados afirmaron que se tiene que ayudar a grupos prioritarios, el 24,27% cree que se deben realizar campañas de reforestación; mientras que el 9,06% cree que se debe patrocinar eventos comunales.

5. ¿Cree usted que la empresa Uma creativa se preocupa por la comunidad?

Tabla 55: Uma y la Comunidad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Siempre	16	4,7%
b) Casi siempre	78	22,8%
c) Pocas veces	130	38,0%
d) Nunca	53	15,5%
e) No conozco a la empresa	65	19,0%
Total	342	80,99%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Uma creativa se preocupa por la comunidad opinión de la ciudadanía

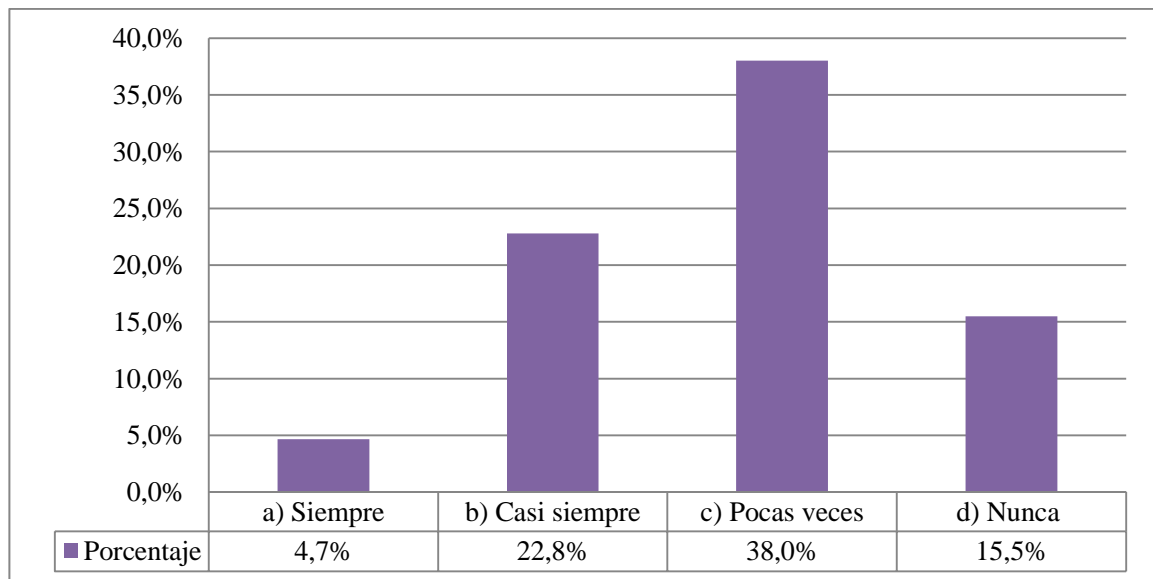


Figura 43.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 38,0% de las personas encuestados en la comunidad aseguro que la empresa Uma creativa se preocupa pocas veces por las necesidades de la comunidad, el

22,8% de los encuestados aseguro que la empresa casi siempre se preocupa por la comunidad, el 15,5% afirmo que Uma creativa no se preocupa nunca por las necesidad que tiene la comunidad, y un grupo minoritario del 4,7% de la población encuestada aseguro que la empresa se preocupa siempre por la comunidad en que se desarrolla. Según el análisis efectuado la comunidad no siente que la empresa se preocupe por las necesidades de la sociedad, por lo que es importante difundir en la comunidad los programas que la empresa va a desarrollar en beneficio del sector donde reside y dar a conocer los beneficios de la RSE.

6. ¿Cuál cree usted que sea la mejor manera de receptar las necesidades de la comunidad?

Tabla 56: Recepción de necesidades de la comunidad

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Encuestas	68	19,9%
b) Ánforas de recepción de peticiones	59	17,3%
c) Diálogos con los miembros de la comunidad	164	48,0%
d) Investigación de la empresa para proyectos comunitarios	51	14,9%
Total	342	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Recepción de necesidades de la comunidad

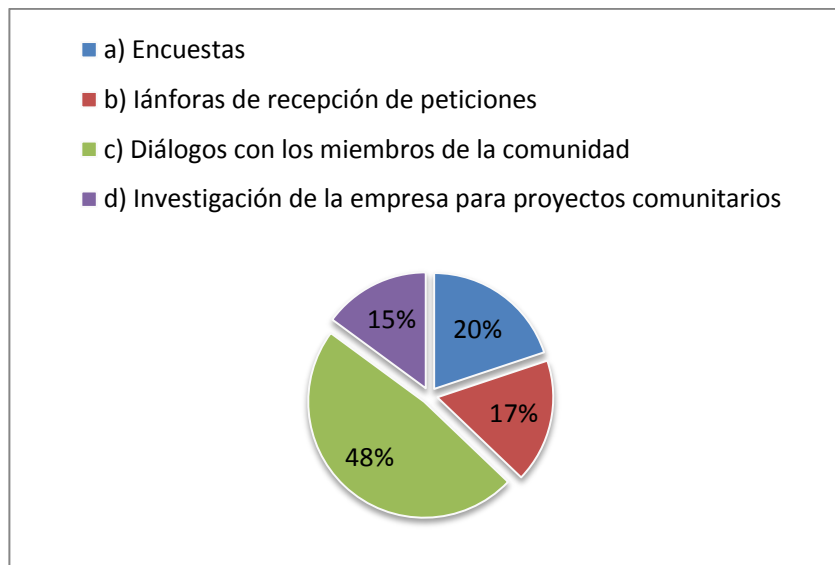


Figura 44.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 48% de las personas encuestadas afirman que la mejor manera de receptar las necesidades de la comunidad para la empresa Uma creativa sería mediante diálogos con los miembros de la comunidad, como dirigentes que facilitarían a la empresa para poder conocer las principales inquietudes de la comunidad, el 19,9% de la población encuestada dice opto por la opción de la aplicación de las encuestas para receptar información de la comunidad, el 17,3% dice que las ánforas de peticiones son una buena opción, y por último el 14,9% de las personas de la comunidad creen que se debe realizar investigación para proyectos comunitarios.

7. ¿Considera importante que la empresa Uma creativa tenga una política de apoyo a la comunidad?

Tabla 57: Política de apoyo a la ciudadanía según la comunidad

Niveles	Casos	Porcentaje
a) Sí	334	97,7%
b) No	8	2,3%
Total	342	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Política de apoyo a la ciudadanía según la comunidad

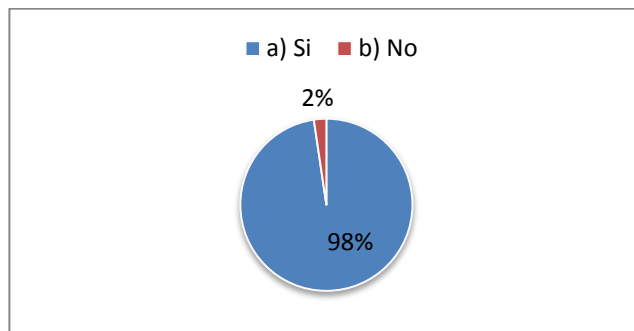


Figura 45.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: El 98% grupo mayoritario de las personas encuestas consideran importante que la empresa Uma creativa tenga un política de apoyo a la comunidad, lo cual beneficia al desarrollo del modelo de Responsabilidad Social Empresarial, y mejora la imagen corporativa de la empresa frente a la comunidad, mientras que un 2% considera que la empresa no debe tener una política de apoyo.

8. ¿En qué programa de la comunidad cree usted que deben enfocarse las empresas que adoptan la Responsabilidad Social Empresarial?

Seleccione solo una opción que crea sea la más importante.

Tabla 58: Programas de apoyo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Realizar campañas de salud	33	9,65%
b) Realizar campañas de educación	46	13,45%
c) Realizar campañas de vivienda	20	5,85%
d) Crear espacios de recreación	13	3,80%
e) Patrocinar eventos comunales	7	2,05%
f) Realizar donaciones en efectivo	8	2,34%
g) Realizar campañas de reforestación	31	9,06%
h) Realizar obras sociales	112	32,75%
i) Ayudar a grupos prioritarios de la comunidad.	72	21,05%
Total	342	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Programas de apoyo por parte de las empresas a la ciudadanía según la comunidad.

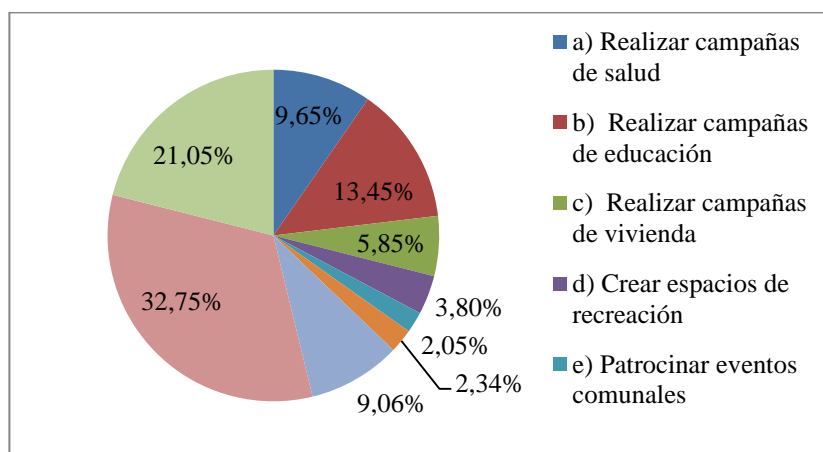


Figura 46.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: Según los encuestados, las empresas que apliquen Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus estrategias de negocio, deben realizar programas de ayuda en la comunidad en las siguientes áreas: el 32,75% afirma que se deben realizar obras sociales como ayuda para la comunidad; el 21,05% de los encuestados dice que se debe ayudar a grupos prioritarios en la comunidad; el 13,45% cree que se deben realizar campañas de educación; el 9,65% dice que se deben realizar campañas de salud que

ayuden a la comunidad, el 9,06% determina que se la empresa debe realizar campañas de reforestación que ayude al medio ambiente; el 3,80% dice que se puede ayudar a la comunidad creando espacios de recreación; el 5,85% escogió la opción de realizar campañas de vivienda; el 2,34% afirma que se deben realizar donaciones en efectivo; y por último el 2,05% concluye en que se debe patrocinar eventos comunales.

9. ¿Cree usted que es factible la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad para la empresa Uma creativa?

Tabla 59: Viabilidad en la aplicación de RSE

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Sí	330	96,49%
b) No	12	3,51%
Total	342	100,00%

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Política de apoyo a la ciudadanía según la comunidad

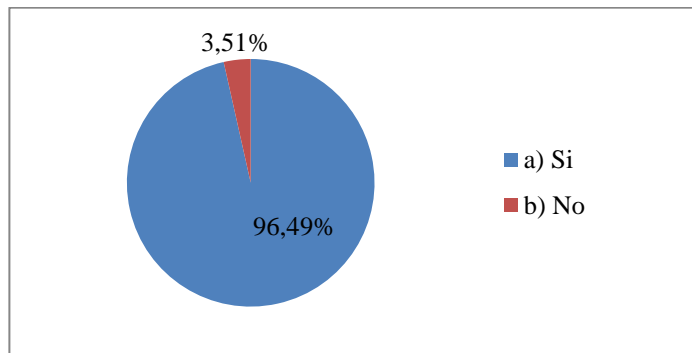


Figura 47.

Elaborado por: Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: Las personas encuestadas del sector de Bellavista, afirman en su mayoría con el 96,49% que es factible para la empresa Uma creativa, la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad, mientras que un grupo minoritario con un 3,51 % de los encuestados concluye que no es factible para la empresa la aplicación de RSE en la comunidad.

CAPÍTULO 3: DISEÑO DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA ÓPTICA DEL TRABAJADOR, LA SOCIEDAD Y EL MEDIO AMBIENTE APLICADO A LA EMPRESA UMA CREATIVA

3.1 Objetivo

- Desarrollar un modelo de responsabilidad social empresarial que permita conocer la gestión administrativa medioambiental tomando en cuenta los conceptos facultativos de la responsabilidad social, aplicando incentivos y capacitación necesaria a los trabajadores para realizar procesos para prevenir, evitar y reparar los daños medioambientales y formular programas de ayuda social, que mejore su imagen.

3.2 Alcance

Con el presente estudio y a partir de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial se beneficiarán:

- La comunidad situada en el sector de la Bellavista en la ciudad de Quito, ya que al tratarse de una empresa que brinda servicios digitales, de producción, creación de contenidos innovadores y relaciones públicas Uma creativa tiene las facilidades de convertirse en un ente importante de comunicación que ayude a difundir no solo la imagen corporativa a favor de la empresa, sino también a convertirse en promotora de aplicar los principios de Responsabilidad Social Empresarial en el sector donde se encuentra ubicada, y crear conciencia social hacia la comunidad.
- El Estado ya que la organización al convertirse en un ente de comunicación que promueve la Responsabilidad Social, las empresas ecuatorianas opte no solo por ser un ente económico que genere utilidades a sí mismas, si no que tomen en cuenta que sus actividades afectan, positiva o negativamente, la calidad de vida de sus empleados y de las comunidades en las que realiza sus operaciones, por lo que la su ayuda social sería una de las mejores opciones por las que puedan optar y de esta manera repercuta en la calidad de vida de la comunidad.

- Los que conforman la empresa Uma creativa les brindaríamos una ayuda sustentable en el manejo de la responsabilidad social fortaleciendo su imagen corporativa frente a la comunidad aprovechando al máximo sus recursos e incrementando sus ganancias con esta actividad.
- Los empleados serían uno de los mayores beneficiarios en los que se puede ver reflejada la responsabilidad social de la empresa, ya que ésta se preocupa mayoritariamente por su estabilidad laboral y por la valoración que se les da como seres humanos. Esto redundará en beneficio de la cadena productiva, porque quien se siente apreciado trabaja mejor y por ende rinde más.
- La Universidad Politécnica Salesiana ya que alcanzaría tener en su biblioteca una tesis que los estudiantes posteriormente podrán tener de guía poder realizar propuestas mejores en el diseño de modelos de responsabilidad social.
- Sus clientes, y futuros clientes porque lograría tener más confianza en la empresa Uma creativa ya que al momento de involucrarse con la organización saben que apoyan a los principios de Responsabilidad Social, a su aporte con la comunidad, los trabajadores y el medioambiente.

3.3 Diseño de responsabilidad social

Un diseño orientado hacia las personas, que busca trabajar para y por las personas, y que tenga algo más que el beneficio de una transacción

3.3.1 Modelo gráfico:

El siguiente gráfico tiene como referencia cuatro puntos fundamentales en los que la empresa va a gestionar su proceso de transformación para ser una empresa socialmente responsable los cuales parten del punto económico fomentando el uso de buenas prácticas ambientales , la eficiencia de los recursos que utiliza la empresa, la ayuda al medio ambiente con procesos más limpios lo cual se logrará con la participación de todos los involucrados al entorno interno y externo de Uma creativa socializándolos para el cumplimiento mutuo de este proyecto de tesis.

Modelo gráfico de responsabilidad social

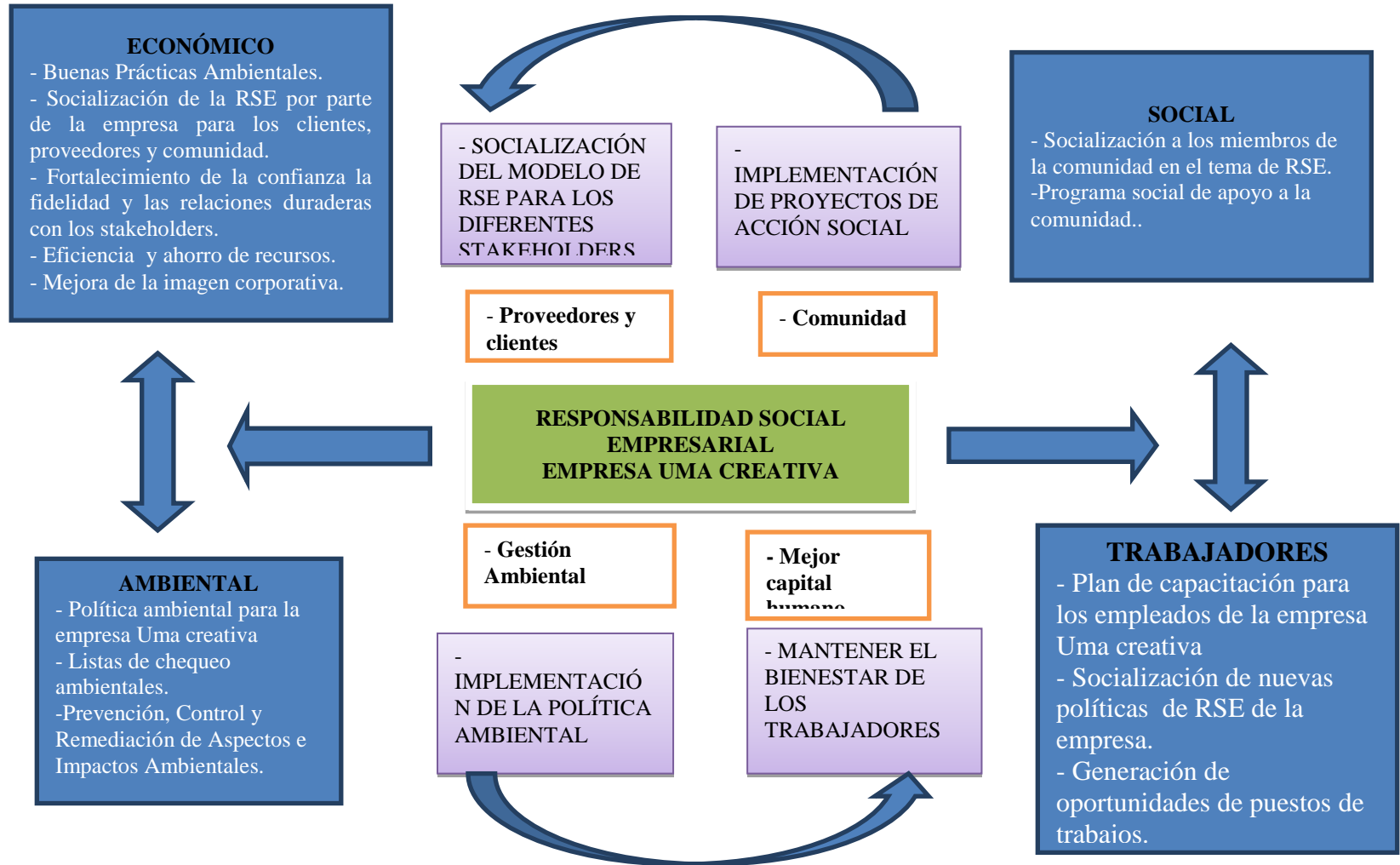


Figura 48.

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa autores de titulación

3.3.2 Plan operativo - Programa de socialización enfocado a los empleados, comunidad, proveedores y clientes.

Tabla 60: POA – Programa de socialización

POA. Plan de socialización de R.S							
Objetivo: Dar a conocer a los empleados, comunidad, proveedores y clientes de la empresa Una creativa las bases conceptuales de la responsabilidad social empresarial, creando un programa de sensibilización y fortaleciendo los canales de diálogo.							
Estrategias:	Actividades	Responsables	Tiempo	Presupuesto	Indicadores	Recursos	Medios de verificación
E1: Ejecutar un programa de socialización sobre el tema de R.S	1. Orientación general con la directiva de la empresa Una creativa (Pre-reunión)	Autores del desarrollo de tesis	Las actividades que están propuestas en las estrategias E1 están formuladas para ser ejecutadas en un promedio de 1 mes con la finalidad de ser desarrolladas de la manera más eficiente	Las actividades que están propuestas en las estrategias E1 tendrán un costo aproximado de 100 USD(Aporte de la empresa)	* Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa.	Humanos: *Instructores externos e internos. *Gabriela Estrella *Carolina Torres *Fernando Cedillo *Ivonne Cano	*Control de asistencia.
	2. Invitación al taller vía email a los empleados, proveedores, clientes y delegado de la comunidad del sector	GABRIELA ESTRELLA (Community Manager)			* Participación colaborativa *Participación activa y responsable de los invitados.		*Instrumentos de observación por parte de la responsable del monitoreo del programa

	3. Asignación de responsable del monitoreo del programa de socialización y de los expositores del tema.	*Autores del desarrollo de tesis * CAROLINA TORRES (Community Manager - Ejecutiva)			* Utilización adecuada de: correos electrónicos, internet y redacciones.	Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales	Carolina Torres
	4. Elaboración de video de R.S	FERNANDO CEDILLO (Director de Arte)					*Rúbrica
	5. Elaboración de certificado de asistencia al taller.	IVONNE CANO (Diseñadora Gráfica)					*Bitácora
E2: Implementar un taller de Responsabilidad social	1. Entrega de trípticos sobre R.S.	Autores del desarrollo de tesis	Las actividades que están propuestas en las estrategias E2 están	Las actividades que están			*Registro de asistencia
	2. Exposición de la temática de responsabilidad social: *Historia. *Conceptos. *Dimensiones. *Beneficios. *Conclusiones	*Autores del desarrollo de tesis, *DAVID RAMIREZ (Director de Arte)	formuladas para ser ejecutadas en un promedio de 3 días : *1 día Actividad 1 y 2 *2 día visualización de Video * 3 día entrega de certificación de asistencia	tendrán un costo aproximado de 200 USD(Aporte de la empresa)	* Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa.	Humanos: *Instructores externos e internos. *David Ramírez *Carolina Torres *Paola Pérez *Danilo Molina	*Rúbrica *Bitácora

	2. Proyección de video de R.S	DANILO MOLINA (Creativo)			* Participación colaborativa	Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales	*Proyectos áulicos.
	3. Control y valoración de los temas aprendidos	CAROLINA TORRES (Community Manager - Ejecutiva)			* Participación activa y responsable de los empleados y de los invitados de Uma creativa empresa		*Evaluación de test.
	4. Entrega de certificado de asistencia al taller de R.S	PAOLA PEREZ (Ejecutiva de Producción)				Financieros: Autogestión.	

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: menciona las distintas actividades que la empresa Uma creativa deberá realizar para el aprendizaje de Responsabilidad Social empresarial a los distintos participantes que son los proveedores, los empleados, la comunidad y los clientes, que con la correcta aplicación y monitoreo del encargado será mucho más fácil la aplicación de la misma.

3.3.2.1 Programa de socialización enfocado a los empleados, comunidad, proveedores y clientes de la empresa Uma creativa

El programa de orientación y socialización para los empleados, comunidad, proveedores y clientes de la empresa Uma creativa tiene por objeto que los participantes asimilen de manera rápida y real la experiencia de incorporarse al conocimiento de responsabilidad social dentro de la empresa. En el periodo de tiempo transcurrido desde el momento anterior a su implementación ocurrirán cambios de adaptación al programa a implementarse.

Objetivos del Programa de Orientación y Socialización

- Dar a conocer a los empleados, comunidad, proveedores y clientes de la empresa Uma creativa las bases conceptuales de la responsabilidad social empresarial. Creando un programa de sensibilización de responsabilidad social donde se incluyan estrategias y resultados de los estudios relacionados con el clima laboral, buenas prácticas ambientales y temas que conciernen a responsabilidad social.
- Crear y fortalecer los canales de diálogo de la institución. .
- Analizar sobre las dificultades y retos al aplicar responsabilidad social.
- Extender el compromiso de responsabilidad social dentro de la empresa Uma creativa.

Contenido:

- Mediante una reunión directivos de la empresa Uma creativa se asignará a la señorita Carolina Torres (Community Manager - Ejecutiva) como responsable del monitoreo del programa de socialización dentro del periodo que el programa sea ejecutado con la finalidad de hacer cumplir las actividades previstas.
- Con la facilidad del envío de correos electrónicos señorita Gabriela Estrella (Community Manager), serán citados los representantes de las empresas proveedoras, clientes y un delegado de la comunidad del sector de la bellavista.
- La exposición del tema de responsabilidad social será dada por los autores de titulación (Srta. Tamara Calvas y Sr. Andrés Noboa) en conjunto al Sr. David Ramírez (Director de Arte) los cuales bordaran los siguientes temas a tratar:

*Historia de responsabilidad social.

*Conceptos.

*Dimensiones de la R.S.

*Beneficios.

*Conclusiones.

- Se proporcionarán trípticos didácticos con los temas principales del tema de R.S.
- Proyección de video de R.S realizado por el director de arte Fernando Cedillo y conjuntamente con la explicación del señor Danilo molina creativo de la empresa.
- La Srta. Carolina Torres (Community Manager - Ejecutiva) realizará preguntas a los asistentes del taller con la finalidad de evaluar el conocimiento adquirido de los temas propuestos, monitoreando a la vez la asistencia y participación de todos los involucrados.
- Se entregará un certificado de asistencia al taller de responsabilidad social misma que es realizado por Ivonne Cano (diseñadora gráfica) y con las respectivas firmas de la directora de proyectos y tráfico Gabriela Peña y el gerente general Xavier Molina.

3.3.3 Plan operativo – Manual de buenas prácticas enfocado a los empleados

Tabla 61: POA – Manual de buenas prácticas empleados

POA. Manual de buenas prácticas ambientales enfocado a los empleados							
Objetivo: Reducir y minimizar la generación de residuos dentro de la empresa Uma creativa, ahorrar energía, ahorrar agua potable y limitar el uso de bolsas plásticas para preservar el medio ambiente reutilizando materiales aprovechando al máximo los criterios medio ambientales.							
Estrategias:	Actividades	Responsables	Tiempo	Presupuesto	Indicadores	Recursos	Medios de verificación
E1: Diseñar un manual de Buenas prácticas ambientales.	1. Elaboración de Manual de buenas prácticas ambientales	Autores del desarrollo de tesis	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E1 están formuladas para ser ejecutadas en un promedio de 3 mes con la finalidad de ser desarrolladas de la manera más eficiente	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E1 tendrán un costo aproximado de 500 USD (Aporte de la empresa)	* Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa.	Autores del desarrollo de tesis	*Control de asistencia.
	2. Orientación general con la directiva de la empresa Uma creativa (Pre-reunión)	*Autores del desarrollo de tesis *Directores de la empresa Uma creativa					*Informes trimestrales por parte del responsable del monitoreo.
	3. Asignación de responsable del monitoreo y exposición del tema.	*Autores del desarrollo de tesis * FERNANDO PEREZ (Director Branding)					*Instrumentos de observación por parte de la responsable del monitoreo del programa
					* Participación activa y responsable de los empleados de Uma creativa	Humanos: *Instructores externos e internos. *Fernando Pérez *Francisco Rojas *Jessica Cocha *Ivonne Cano	

4. Entrega de manual a los empleados de la empresa Uma creativa	Autores del desarrollo de tesis					Fernando Pérez
5. Exposición del tema de buenas prácticas ambientales	Autores del desarrollo de tesis					*Registro de asistencia
6. Taller y exposición del uso eficiente de energía eléctrica	Autores del desarrollo de tesis					*Rúbrica *Bitácora
7. Taller y exposición del uso eficiente del agua potable	Autores del desarrollo de tesis					*Proyectos áulicos.
8. Taller y exposición del uso eficiente del papel	Autores del desarrollo de tesis					
9. Taller y exposición de gestión de	Delegado del Ministerio de Medio Ambiente					
				Utilización correcta y creativa : *Internet *Actividades lúbricas *Redacciones *Fotos * Participación colaborativa de empleados de Uma creativa	*Técnicas de estudio *Material bibliográfico Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales Financieros: Autogestión.	

desechos solidos						
10. Colocación de contenedores para la clasificación de desechos	*FRANCISCO ROJAS (Planners) *JESSICA COCHA (Asistente Financiera)				*Bienes entregados *Gastos de compra de insumos	
10. Colocación de contenedores para el reciclaje de papel.	*FRANCISCO ROJAS (Planners) *JESSICA COCHA (Asistente Financiera)					

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: menciona las distintas actividades que la empresa Uma creativa deberá realizar para la correcta aplicación de buenas prácticas ambientales enfocadas a los trabajadores donde se prevé realizar un diseño medio ambiental para los empleados, que con la correcta aplicación y monitoreo del encargado será mucho más fácil la aplicación de la misma.

3.3.3.1 Diseño del manual de Buenas prácticas ambientales enfocado a los empleados de la empresa Uma creativa.

1. Objetivos del Manual de buenas prácticas ambientales para los empleados

- Reducir o minimizar la generación de residuos comprando productos con menos envoltorios, reducir el uso de productos tóxicos, ahorrar energía desconectando aparatos electrónicos que no estemos utilizando, ahorrar agua y la limitación del uso de bolsas plásticas son actividades que nos ayudan a preservar el medio ambiente.
- Reutilizar un producto desde el momento en que lo adquirimos ya que la mayoría de productos tiene más vida útil de lo que nosotros pensamos sin convertirlos inmediatamente en basura.
- Reciclar y rescatar un producto que ya hemos desechado para transformarlo en nuevo y aprovechar los materiales nuevos.
- Extender el compromiso de responsabilidad social dentro de la empresa Uma creativa.

2. Contenido:

- Elaboración de un manual de buenas prácticas ambientales por parte de los diseñadores de tesis.
- Mediante una reunión con los directivos de la empresa Uma creativa se asignará a la señorita Fernando Pérez (Director Branding) como responsable del monitoreo de hacer cumplir las buenas prácticas ambientales a los empleados de Uma creativa
- La exposición y explicación del manual de buenas prácticas será dada por los autores de titulación (Srta. Tamara Calvas y Sr. Andrés Noboa).
- La exposición y explicación de gestión de desechos será dada por un delegado del ministerio del medio ambiente previa cita (Srta. Tamara Calvas y Sr. Andrés Noboa).

El Ministerio de Medio Ambiente establece un procedimiento para dictar charlas y certificar a una empresa que cumple requisitos ambientales contribuyendo con la

comunidad mismos que están establecidos en la página www.ambiente.gob.ec/punto-verde/.

3. Componente del modelo de Buenas practica ambientales:

- Concepto

Las buenas prácticas ambientales son la acumulación de acciones sencillas que implican un cambio de actitud en el comportamiento y las actividades diarias dentro de la empresa promoviendo una relación amigable al medio ambiente.

La sociedad hoy en día se ha visto afectada por el agotamiento de los recursos y esta problemática debe ser enfrentada con cambios en nuestro diario vivir dentro de nuestros hogares y en las empresas donde en esta última no existe una concientización hacia la protección de nuestros planeta adoptando hábitos y conductas más saludables.

Buenas prácticas ambientales



Figura 49.

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Todos los que forman parte de la empresa Uma creativa debemos hacer conciencia de las pequeñas prácticas que realicemos nos lleven a reducir, reciclar y reusar los desechos producidos que nos asegura cuidar los recursos enfocándonos en el buen vivir.

A medida que vamos agotando los recursos de nuestro planeta debemos reducir el volumen de basura generada que nos permitirá ahorrar dinero siendo consumidores más responsables e integrándonos a tres pasos muy importantes como lo son el reducir, reciclar y reusar los desechos.

4. Medidas a tomar por parte de empleados de Uma creativa:

Uma creativa quiere ser parte de un cambio que ayude al medio ambiente para gestionar un proceso limpio y eficiente de todos los procesos que comprometan a lograr buenas practica ambientales en el entorno de la empresa y que mediante el estudio realizado por medio de las listas de chequeo nos muestran el panorama en el cual se debe tomar las siguientes medidas.

- Uso eficiente de energía eléctrica:

Teniendo conocimiento de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial de la GTZ-P3U. Se puso especial atención en la Lista de Chequeo reducción del consumo de energía. El gasto mensual de energía de la empresa Uma creativa se encuentra dado por los empleados principalmente del área de diseño gráfico con un 80% de energía en la instalación empresarial, mientras que la parte administrativa y el resto del personal de la organización consumen un promedio el 20% de energía generando costos muy elevados para la empresa.

Haciendo un mejor uso de la luz natural y de la reflexión será posible disminuir la utilización de luz artificial en un 40% mediante el estudio realizado en la empresa utilizando estrategias optimas que para disminuir costos mutuamente con el trabajo ecológico. Para ello se propone a los empleados:

- ✓ Apagar las luces cuando salgas de la oficina, sala de reuniones y baños de la empresa.
- ✓ En caso de ausencia prolonga apagar los equipos de computación (computadoras e impresoras).
- ✓ Desconectar cargadores eléctricos y mantener apagados luces de lugares que nos son muy frecuentados en la empresa.
- ✓ Organizar nuestro puesto de trabajo para aprovechar la luz natural.
- ✓ Abrir ventanas, persianas y cortinas de igual manera que debemos mantenerlas limpias para permitir la entrada de luz natural.
- ✓ Usar aparatos de climatización solo cuando sea necesario y mantener cerradas ventanas y puertas si estos aparatos ventiladores están encendidos.
- ✓ Disminuir el uso de secadores de manos eléctricos con el uso de toallas.

- Uso eficiente del agua :

Teniendo conocimiento de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial de la GTZ-P3U. Se puso especial atención en la Lista de Chequeo 4 reducción del consumo de agua.

- ✓ En caso de detectar una fuga de agua cerrar rápidamente la llave de paso e informar a la autoridad competente.
- ✓ No utilizar el inodoro como papelera de esta forma se evitan problemas de depuración del agua ahorrando el líquido.
- ✓ Cerrar el grifo mientras te enjabones las manos o cepilles los dientes.
- ✓ Cerrar el grifo correctamente y no emplear agua en forma innecesaria.
- ✓ Realizar inspecciones periódicas para detectar fugas y sobre consumo por averías.
- ✓ Realizar inspecciones periódicas para detectar fugas y sobre consumo por averías.
- ✓ Asegurarse que la cantidad de agua empleada en limpieza sea la adecuada.

- Uso eficiente del papel

Teniendo conocimiento de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial de la GTZ-P3U. Se puso especial atención en las Listas de Chequeo 1 materia prima.

- ✓ No imprimir los documentos o correos electrónicos salvo que sea necesario caso contrario podemos tener los documentos en la computadora si hay que realizar alguna modificación antes de ser impresos.
 - ✓ Guardar los documentos en medios digitales.
 - ✓ Para entregar documentos en varios ejemplares, imprimir uno y sacar copia a los demás realizando en hojas a doble cara.
 - ✓ Compartir la información entre los empleados en lugar de entregar copias para cada uno.
 - ✓ Configurar para que las impresoras trabajen a doble cara si es posible.
 - ✓ Colocar cerca de las impresoras de la empresa dos cartones, uno para reciclar y otro para reutilizar.
 - ✓ Imprimir en calidad de borrador para no desperdiciar tinta.
 - ✓ Aprovechar el papel antes de desecharlo si está impreso en una sola cara para realizar libretas de borrador.
- Gestión de desechos sólidos

Teniendo conocimiento de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial de la GTZ-P3U. Se puso especial atención en las Listas de Chequeo 2 residuos. Si los desechos son separados se debe considerar que hay productos altamente contaminantes como las pilas y los cartuchos de impresoras y debemos hacerlo en lugares específicos.

Al tomar agua en la oficina debemos utilizar nuestros propios recipientes de vidrio para no desechar vasos plásticos.

Los desechos sólidos deben ser separados y depositados en los contenedores que serán ubicados en cada departamento de la empresa para posteriormente ser entregados a gestores ambientales en el distrito metropolitano de Quito que garanticen el trato de los mismos.

Clasificación según el color:

- Los contenedores verde: para desechos orgánicos
- Los contenedores plomos: para el papel y el cartón
- Los contenedores azules: para plásticos
- Los contenedores blancos: para el vidrio

Tipos de contenedores

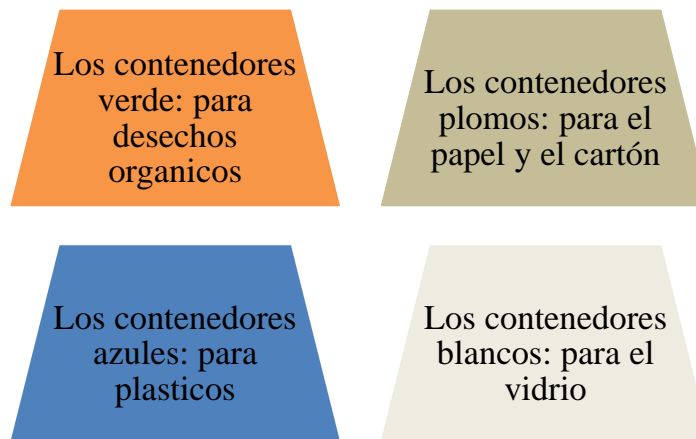


Figura 50.

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

3.3.4 Plan operativo – Diagnóstico Clima laboral, Capacitación virtual, programa de incentivos.

Tabla 62: POA – Diagnóstico Clima laboral, Capacitación virtual, programa de incentivos.

POA. Diagnóstico Clima laboral, Capacitación virtual, programa de incentivos.							
<p>Objetivo:* Realizar un diagnóstico a los empleados de la empresa Uma creativa para determinar el clima laboral dentro de la institución.</p> <p>*Implementar capacitaciones virtuales a los empleados con la finalidad de aprender nuevos temas relacionados con el diseño gráfico, y publicidad.</p> <p>*Implementar un plan de incentivos para que los empleados puedan sentirse mejor en la empresa</p>							
Estrategias:	Actividades	Responsables	Tiempo	Presupuesto	Indicadores	Recursos	Medios de verificación
E1: Desarrollar de un diagnóstico del clima laboral en la empresa Uma creativa	1. Orientación general con la directiva de la empresa Uma creativa (Pre-reunión)	*GABRIELA PEÑA (Directora de Tráfico y Proyectos) *Autores del desarrollo de tesis	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E1 están formuladas para ser ejecutadas en un promedio de 1 mes con la finalidad de ser desarrolladas de la manera más eficiente	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E1 tendrán un costo aproximado de 300 USD (Aporte de la empresa)	* Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa.	Humanos: *Instructores externos e internos. *Gabriela Peña *Jessenia Rosero *Helena Novillo	*Intervención oportuna por el área correspondiente
	2. Asignación de responsable de la evaluación y diagnóstico del clima laboral de empleados.	JESSENIA ROSERO (Asistente de Tráfico y Proyectos)			* Participación activa y responsable de los empleados de Uma creativa		*Proyectos áulicos.
	3. Evaluar el clima laboral	HELEN NOVILLO (Supervisora de Producción)			* Participación colaborativa de empleados de Uma creativa	*Técnicas de estudio *Registro de asistencia	

	4. Evaluar la resistencia al cambio	HELEN NOVILLO (Supervisora de Proyectos)				*Material bibliográfico	*Rúbrica *Bitácora
	5. Elaborar cuestionario de clima laboral	HELEN NOVILLO (Supervisora de Proyectos)			*Gastos de compra de insumos	Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales	
	6. Evaluación semáforos	HELEN NOVILLO (Supervisora de Proyectos)					
E2: Desarrollar programas de capacitación laboral virtual.	1. Orientación general con la directiva de la empresa Uma creativa (Pre-reunión)	*GABRIELA PEÑA (Directora de Tráfico y Proyectos) *Autores del desarrollo de tesis	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E2 están formuladas para ser ejecutadas en un promedio de 1 semana con la finalidad de ser desarrolladas de la manera más eficiente	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E2 tendrán un costo aproximado de 200 USD (Aporte de la empresa)	* Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa. * Participación colaborativa	Humanos: Instructores externos. Área de Digital	*Intervención oportuna por el área correspondiente
	2. Asignación de responsable de creación de página web, monitoreo y evaluación.	*Web: DIEGO ESPIN (Director de Digital) *Monitoreo y evaluación: CRISTINA TAMAYO (Community Manager)				Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales	*Rúbrica *Bitácora

	3. Creación de portal web de Capacitación virtual	DIEGO ESPIN (Director de Digital)			* Participación activa y responsable de los empleados de la empresa	*Material bibliográfico	*Proyectos online.
	4. Ejecución de la capacitación virtual	DIEGO ESPIN (Director de Digital)				*Técnicas de estudio	*Registro de asistencia
	5. Evaluación	Monitoreo y evaluación: Cristina Tamayo				Financieros: Autogestión.	Evaluación de test.
E3: Implementar un programa de incentivos	1. Orientación general con la directiva de la empresa Uma creativa (Pre-reunión)	*Directiva Uma Creativa	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E3 están formuladas para ser ejecutadas en un promedio de 3 meses con la finalidad de ser desarrolladas de la manera más eficiente	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E2 tendrán un costo aproximado de 200 USD (Aporte de la empresa)	* Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa.	Humanos: Instructores externos. Área de Digital	*Intervención oportuna por el área correspondiente
	2. Asignación de responsable monitoreo y evaluación.	*Monitoreo: Gabriela Peña (Directora de tráfico y Proyectos) *Evaluación: Daisy Dávila (Asistente Financiera)			* Participación colaborativa	Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales	*Rúbrica *Bitácora

	1. Formulación de plan de incentivos	PABLO RICAURTE (Director Financiero)			* Participación activa y responsable de los empleados de la empresa	*Material bibliográfico	*Proyectos online.
	2. Evaluación de plan de incentivos	Evaluación: Daisy Dávila (Asistente Financiera)				*Técnicas de estudio	*Registro de asistencia
	3. Ejecución del plan de incentivos	Gabriela Peña (Directora de tráfico y Proyectos)				Financieros: Autogestión.	Evaluación de test.

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación: menciona las distintas actividades que la empresa Una creativa deberá realizar para analizar el entorno en que sus empleados están laborando, de la misma manera capacitarlos y entregar un plan de incentivos con la finalidad de mostrar un interés para que sus empleados se sientan mucho más comprometidos con la empresa y satisfechos.

3.3.4.1 Diagnóstico clima laboral, capacitación virtual, programa de incentivos.

En base al estudio del clima laboral se pactará una reunión con los directores de la empresa Uma creativa donde se analizará cuáles son los puntos a tratar ya que en las encuestas el personal no se siente totalmente satisfechos en varios aspectos como son la falta de capacitación, planes de incentivos para los cual se pretende.

1. Estudio del clima laboral en la empresa:

Una importante razón que originó a ejecutar estudio, es el soporte que los resultados ofrecerán a la empresa en donde se realizó esta investigación, ya que apoyará directamente la gestión del recurso humano en planes como capacitación, desarrollo de carrera, disminución de la rotación de personal, etc.

Se espera que los resultados que esta investigación presenta sean de utilidad informativa para proveer tanto a las empresas como a los participantes de las mismas, de datos y herramientas que generen el ambiente agradable de trabajo en el que toda persona desea desempeñarse.

Jessenia Rosero (Asistente de Tráfico y Proyectos) será la encargada del diagnóstico del clima laboral en la empresa, Helen Novillo (Supervisora de Producción) realizará las evaluaciones de las actividades a ser gestionados y la realización de cuestionarios que se apliquen en el proceso.

1.1 Actividades:

- Evaluación del clima laboral: Se realizara un test de preguntas ya afirmaciones a los empleados de la empresa Uma creativa con la finalidad de tener un diagnóstico general permitiendo crear estrategias de trabajo.
- Evaluación de resistencia al cambio: Con esta actividad se podrá conocer la reacción de los empleados frente a cambios permitiéndonos identificar es innovador frente a nuevas actividades dentro de la empresa.
- Otras actividades: Realizar actividades para levantar diagnóstico y estrategias de implementación para el fortalecimiento del clima laboral dentro de la empresa Uma creativa.

1.2 Diagnóstico situacional:

- Cuestionario clima laboral

Para la socialización de los resultados del diagnóstico realizado se implementarán talleres con las autoridades de la empresa Uma creativa

- Utilización de semáforo

1. Se utilizará el semáforo para mayor facilidad al momento de interpretar el resultado de los empleados de la empresa

2. Se revisarán los resultados por medio de una evaluación de las autoridades mediante un proceso de semaforización.

3. Se pretende socializar a todos los empleados creando la cultura organizacional.

Rojo: Atención inmediata para la intervención de la dirección, grupo o persona.

Amarillo: Tomar en cuenta realizando monitoreos para la intervención de la dirección, grupo o persona.

Verde: Tiene un buen sentir sobre su experiencia laboral.

En el caso que la empresa Uma creativa crea necesario realizar un estudio más amplio por parte de la directora de proyectos será necesario subcontratar una persona con conocimientos sobre el estudio de clima laboral para el fortalecimiento del tema.

2. Capacitación virtual:

Hoy en día el tema de capacitación es uno de los más importantes por lo tanto la empresa utilizara el medio más económico y que está a la mano de todos sus empleados de la empresa que es el uso de redes sociales y de un portal web creado por los creativos mismos de la empresa para realizar distintas capacitaciones al personal de la empresa.

- Mediante una reunión que se establecerá con los directores de la empresa la asignación para la creación de la página web al señor Diego Espín (Director de Digital) donde se subirán los temas para la capacitación virtual para lo cual se destina en el

monitoreo y evaluación a la Srta. Cristina Tamayo (Community Manager) misma que administrará la página virtual.

- En esta página web se colocaran módulos de formación y capacitación, así como una biblioteca donde los empleados podrán enlazarse y consultar sus dudas de los diferentes temas, podrán los empleados comentar en foros dando sugerencias y denuncias de cualquier índole. Además la utilización de mensajes electrónicos de telefonía vía móvil para mayor facilidad de sus empleados de manera que siempre exista una iniciativa en temas muy importantes para el aprendizaje de los mismos.
- En el caso que la empresa Uma creativa crea necesario realizar capacitaciones de temas específicos para sus empleados, será necesario subcontratar una persona con conocimientos más amplios quienes impartan y fortalezcan el aprendizaje de los empleados de Uma creativa.

3. Programa de incentivos:

Es de vital importancia mantener una plan de incentivos que sea atractivo para el trabajador, en este caso es importante hacer notar que el país en que vivimos la economía va subiendo de una manera inesperada donde hay que tomar en cuenta que la remuneración del trabajo debe ser bien pagada.

En la empresa Uma creativa, hay que realizar revisión anual de los planes de incentivos para que el trabajador sea más productivo. Debemos tener en cuenta los programas especiales que existan para mejorar el desempeño los empleados de Uma creativa para ser más competitivos en el mercado de publicidad.

- Mediante una reunión con los directores de la empresa se asignará para el monitoreo a la señorita Gabriela Peña (Directora de tráfico y Proyectos) misma que está encargada de gestionar los tipos de planes que podrían incorporarse a la empresa Uma creativa y la evaluación a la señorita Daisy Dávila (Asistente Financiera) misma que realizará el presupuesto para la implantar un fondo monetario el cual será destinado para los planes de incentivos.

- Tipos de planes de incentivos:

Enriquecimiento del Puesto:

Es en relación a la motivación intrínseca y la satisfacción en el empleo, tiene mucho que ver con las competencias y la actualización del conocimiento, los puestos se enriquecen permitiéndoles a los empleados una mayor responsabilidad de autodirección y la oportunidad de realizar un trabajo interesante que representa retos y que son significativos.

Flexibilidad horaria:

Se reduce el tiempo dedicado para la comida para poder adelantar la hora de salida.

La propuesta es trabajar unas horas más durante la semana para tener la tarde del viernes libre con los diseñadores y creativos que son los empleados que pueden tener un poco más de estrés laboral al momento de realización de proyectos creativos. Esta propuesta se realizará una sola vez en el mes el empleado tiene que informar mediante una solicitud a la monitora del programa de incentivos que va a estar un poco más de tiempo en el trabajo para tomarse una tarde del viernes libre.

Con estas opciones, entre otras muchas otras, se aumenta la calidad de vida de los trabajadores y se facilita la conciliación laboral y familiar.

Elección de días libres y vacaciones:

Esta medida también facilitará la conciliación laboral y familiar los trabajadores.

Los empleados que tengan hijos puedan elegir sus vacaciones coincidiendo con las de la escuela. Si estableces un equilibrio entre el trabajo y el ocio, se generará un ambiente muy positivo.

Reconocimiento de los logros:

Felicitación a los empleados cuando consigan un desempeño óptimo dentro de las actividades asignadas:

1. Ubicación del logro en artículos de revistas, con breve descripción de las actividades y con fotografías del trabajador.
2. Entrega de o placa, según la magnitud del logro.
3. Entrega de un regalo o detalle, delante de sus compañeros y familiares,
4. Obsequio de cachuchas, camisetas, bolígrafos, llaveros, u otros objetos de uso personal, con su nombre y el de la empresa Uma creativa.
5. Invitación a un almuerzo, una cena, o atención especial, incluyendo a su esposa(o) e hijos,
6. Concesión de tiempo libre para el trabajador, y
7. Otras formas según imaginación y recursividad del directivo.

3.3.5 Plan operativo – Manual de buenas prácticas ambientales mediante listas de chequeo Uma creativa.

Tabla 63: POA – Manual de buenas prácticas ambientales mediante listas de chequeo Uma creativa.

POA. Manual de buenas prácticas ambientales mediante listas de chequeo Uma creativa							
Objetivo :Objetivo : Reducir y minimizar la generación de residuos dentro de la empresa Uma creativa, considerando el análisis de las listas de chequeo definiendo políticas ambientales que mejoren la imagen de la empresa.							
Estrategias:	Actividades	Responsables	Tiempo	Presupuesto	Indicadores	Recursos	Medios de verificación
E1: Desarrollo de listas de chequeo	1. Asignación de responsabilidad de ejecución de listas de chequeo	*GABRIELA PEÑA (Directora de Tráfico y Proyectos) *Autores del desarrollo de tesis	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E1 están formuladas para ser ejecutadas en un promedio de 1 semana con la finalidad de ser desarrolladas de la manera más eficiente	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E1 tendrán un costo aproximado de 100 USD (Aporte de la empresa)	* Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa.	Humanos: Instructores externos e internos. Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales *Material bibliográfico	*Intervención oportuna por el área correspondiente
	2. Elaborar informe de lista de chequeo 1	Autores del desarrollo de tesis			* Participación activa y responsable de los empleados de Uma creativa		*Proyectos áulicos.
	3. Elaborar informe de lista de chequeo 2	Autores del desarrollo de tesis			* Participación colaborativa de empleados de Uma creativa		*Actas y registros
	4. Elaborar informe de lista de chequeo 3	Autores del desarrollo de tesis					*Técnicas de estudio *Rúbrica *Bitácora

	5. Elaborar informe de lista de chequeo 4	Autores del desarrollo de tesis			*Gastos de compra de insumos		*Instrumentos de observación por parte de los directores de la empresa
	6. Elaborar informe de lista de chequeo 5	Autores del desarrollo de tesis					
E2: Implementar un manual de buenas prácticas ambientales para la empresa Uma creativa	1. Elaboración de Políticas ambientales	Autores del desarrollo de tesis	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E2 están formuladas para ser ejecutadas en un promedio de 2 Meses con la finalidad de ser desarrolladas de la manera más eficiente	*Las actividades que están propuestas en las estrategias E2 tendrán un costo aproximado de 500USD (Aporte de la empresa)	* Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa.	Humanos: Instructores internos. Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales *Material bibliográfico	*Intervención oportuna por el área correspondiente
	2. Definir la gestión de responsabilidad	Autores del desarrollo de tesis			* Participación colaborativa		*Rúbrica *Bitácora
	3. Elaboración de compromiso ambiental	Autores del desarrollo de tesis			* Participación activa y responsable de los empleados de la empresa		*Actas y registros
	4. Utilizar eficiente de materias primas y evaluación de daños ambientales	Uma Creativa (directores de la empresa)					*Técnicas de estudio *Registro de asistencia

5. Almacenar y transportar apropiadamente los materiales	Uma Creativa (directores de la empresa)			Financieros: Autogestión.		*Registro de asistencia
6. Reducción del consumo de energía	Uma Creativa (directores de la empresa)					*Instrumentos de observación por parte de los directores de la empresa
7. Manejo integral de residuos: reducción, reutilización, reciclaje y disposición de residuos.	Uma Creativa (directores de la empresa)					

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretación : menciona las distintas actividades que la empresa Uma creativa deberá realizar para la correcta aplicación de buenas prácticas ambientales enfocadas a la empresa donde se prevé realizar un diagnóstico de la situación de la empresa mediante la aplicación de listas de chequeo para elaborar políticas ambientales, compromiso ambiental, gestión de responsabilidad, para culminar con un manual de prácticas ambientales.

3.3.5.1 Informe de listas de chequeo:

Aplicando las listas de chequeo cuyo formato se encuentra determinado en los anexos del trabajo de titulación donde existen puntos que no aplican ya que no es una empresa de producción, pero damos énfasis a los ítems que si interviene la empresa dándonos como resultado el siguiente análisis:

1. Lista de chequeo1: Materias primas, auxiliares y materiales para la producción.

Objetivo: Utilización eficiente de las materias primas y evaluación del impacto ambiental

- Monitoreo del consumo de materias primas, medidas para evitar la pérdida innecesaria de materia prima y medidas para optimizar la planificación de la producción

La empresa no cuenta con un sistema de control de materias primas de tal manera que no se recicla y hay desperdicio de papel y cartuchos. Una creativa no cuenta con áreas específicas para el almacenamiento del producto a razón que este producto es desperdiciado.

- Reparación de tuberías y equipos y plan de mantenimiento preventivo para evitar pérdidas

La empresa no realiza controles semanales en cuanto a instalaciones se refiere la misma que le permitirían rectificar cualquier anomalía en cuanto instalaciones eléctricas, sanitarias, maquinaria entre otras, por tanto no se lleva un control adecuada de las instalaciones cerciorándose que el daño haya quedado reparado por completo, al igual que los equipos de computación que se utilizan son tratadas con poco cuidado ya que el costo de cada una son elevadamente caras y no se puede cambiar con facilidad.

- Utilización de sustancias peligrosas y medidas para reducir el uso de materiales de limpieza

La empresa como no utiliza productos químicos en la realización de sus trabajos pero de igual manera es importante saber que los cartuchos de las tintas pueden tener componentes que de alguna manera atenten hacia el medio ambiente y que son desechados como basura común las políticas de la empresa y medidas de seguridad de los desechos de equipos de computación deben asegurar que productos como estos sean procesados o a su vez entregadas a entidades reguladoras para no contaminar.

2. Lista de chequeo 2: Residuos

Objetivo: Manejo integral de residuos: reducción, reutilización, reciclaje y disposición de residuos

- Monitoreo de la cantidad de residuos, sistema de separación de residuos y colocación de recipientes en la empresa

La empresa no cuenta con sistema de manejo de residuos de tal manera que se facilita la contaminación dicho de otra manera la empresa no utiliza programas, y capacitaciones para concientizar al personal de la empresa que cumpla con las normas ambientales consistentes en la utilización adecuada de recipientes de basura.

- Evitar la reducción de materiales embalaje y producir productos fuera del contexto del cliente.

La empresa no posee programas de concientización ambiental dentro de este texto no solo hablamos del personal de la empresa sino de proveedores y todas aquellas personas relacionadas externamente para reducir el impacto ambiental.

- Reutilización de residuos propios de la empresa y manejo de este sin causar daños

Como podemos analizar la empresa no cuenta con un programa de reciclaje dificulta la práctica de procesos limpios que aseguren una gestión responsable y esto se debe por el desconocimiento que los empleados tengan dentro de la empresa para reciclar la materia

3. Lista de chequeo 4: Agua y agua residual

Objetivo: Disminución del consumo de agua, de la cantidad de aguas residuales y de su contaminación.

- Control del consumo de agua en su empresa, Reducción del consumo de agua en el proceso productivo, Evitar derrames y rebasamientos

No existen tuberías que contralen el desperdicio de agua que se puede ocasionar por alguna fuga que puede existir, de igual manera existe un gran consumo de agua por parte de los empleados lo que muchas veces ha significado para Uma creativa el pago de planillas muy elevadas. El personal calificado haría la revisión constantemente para reconocer algún inconveniente. Según los datos proporcionados por la empresa de agua potable se estima que la dotación de agua para oficinas es de 6 litros/día x m² de área útil del local o puede aplicarse 40 a 50 litros/persona por día. El consumo de litros por persona aproximadamente en la empresa Uma creativa esta por los 80 a 96 litros diarios es decir el doble es consumida por los empleados de la empresa.

- Reemplazo de las partes defectuosas que causan goteo, Reutilización y reciclaje del agua, Reducción del consumo de agua fuera de la producción, Ahorrar agua durante procesos de limpieza

La empresa no ha realizado cambios de piezas de manera inmediato cuando estas producen goteos para protegerlos, la empresa no tiene control en el consumo del agua al momento que realizan la limpieza muchas veces las llaves no quedan completamente cerradas y no solo se utilizaran para lo necesario.

- Evitar bloqueos del sistema de agua residual, Reducción de la contaminación del agua residual fuera de la producción, Tratamiento del agua residual

La empresa desconoce si existe el alcantarillado para que los desperdicios se dirijan por el conducto correcto sin afectar al ambiente y la salud de todos, es decir no se sabe si existe un tratamiento adecuado para que el agua residual desemboque en el lugar correcto.

4. Lista de chequeo 5: Energía.

Objetivo: Reducción del consumo de energía, utilización de calor perdido y fuentes menos contaminantes de energía.

- Control del consumo de energía.

Una creativa está consciente de su consumo de energía, sabe cuál es el costo mensual del consumo de fuentes energéticas ya que es valorado en el departamento de contabilidad y costos.

- Reducción del consumo y de los costos de energía.

La empresa desea ahorrar energía ya que sería una forma de ayudar a la empresa a reducir los costos de pago pero existen equipos de computación que se encuentran prendidas y que nadie los utiliza en ese momento. Parcialmente se pretende usar energía natural, con la finalidad de ahorrar energía.

- Evitar pérdidas de energía.

No existe un plan de ahorro energético dentro de la empresa.

- Instalaciones adecuadas de artefactos eléctricos.

No existe una adecuada instalación de cables y líneas eléctricas, ya que existen circuitos se encuentran instalados y no están protegidos con alguna para evitar corto circuitos, pérdidas de energía y daños en los artefactos eléctricos, tomando en cuenta que al no tener una buena conexión de cableados eléctricos no se protege al personal de algún accidente que pueda causar la mala instalación de estos.

- Adaptación del consumo de energía a las necesidades reales.

Una creativa no mantiene un calentador de agua.

- Iluminación eficiente y de bajo consumo.

No existe la iluminación suficiente para evitar malestar en los empleados, no existe el uso de tubos fluorescentes siendo más costoso el consumo eléctrico de luz normal

- Producción eficiente de agua caliente y electricidad.

Uma creativa no hace uso de calentador de agua pero está viendo la posibilidad de hacer uso de un sistema solar para el calentamiento de agua.

Los empleados de Uma no son conscientes y no están capacitados para el ahorro de energía.

- Programa de mantenimiento preventivo.

Uma creativa, no cuenta con un mantenimiento preventivo para controlar la eficiencia de la combustión.

- Eficiencia energética del nuevo equipo.

La empresa no toma en cuenta el consumo de energía al momento de adquirir un nuevo equipo de computación, lo que dificulta el proceso de ahorrar energía.

- Sistema eléctrico de emergencia.

La empresa no cuenta con un sistema de generadores eléctricos lo cual cuando existen cortes de energía no existe las actividades operativas de la empresa se detienen lo cual no permite seguir con el trabajo normalmente.

5. Lista de chequeo 6: Seguridad en el trabajo y protección de la salud:

Objetivo: Protección contra accidentes, sustancias peligrosas, ruido, mal olor y lesiones.

- Reducción de los riesgos de accidentes

La empresa revisa constantemente sus instalaciones para evitar accidentes disminuyendo riesgo de accidentes.

- Disminución de los riesgos de máquinas y equipos.

Uma creativa hace uso de dispositivos de seguridad, señalamiento, instructivos e instructivos de máquinas y equipos para que sean correctamente manipuladas, fortaleciendo así la seguridad en el trabajo.

- Garantizar un lugar de trabajo seguro.

Una creativa tiene materiales para seguridad de trabajo, hace uso de instalaciones con sus respectivos cuidados para evitar un accidente laboral.

- Información sobre sustancias peligrosas

No existe información a sus empleados el uso de sustancias peligrosas, de igual manera hacen uso de etiquetas de aviso para seguridad de trabajo.

No existe la aplicación de sanciones por el consumo de cigarrillos dentro de las instalaciones de la empresa.

- Medidas para casos de accidentes , Minimizar el peligro de incendios ,Medidas preventivas para el caso de incendio ,Reducir riesgos para la salud

Una no cumple con el sistema de seguridad laboral ya que no existen programas de emergencia en el caso de incendios ni de otros desastres naturales. No existen extintores ni de hidrantes de incendios.

3.3.5.2 Determinar políticas ambientales, gestión responsable y compromiso ambiental.

1. Política ambiental

Una creativa motivado por la decisión de ser un referente de desarrollo sostenible en el país y consciente de los posibles impactos ambientales originados por su actividad productiva, se compromete a prevenir, reducir y mitigar la contaminación del ambiente mediante una gestión sustentada en las siguientes acciones:

- Identificar y evaluar periódicamente los impactos ambientales originados por sus actividades y decisiones.
- Cumplir el marco legal aplicable y su propia normativa interna en materia ambiental. Actualizar periódicamente la revisión de requisitos legales en materia ambiental.
- Planificar las estrategias y medidas de prevención, mitigación y control que correspondan a los impactos ambientales identificados.
- Asignar recursos y ejecutar las medidas ambientales conforme a lo planificado.

- Considerar el impacto ambiental en el ciclo de vida de sus principales procesos y materiales empleados en la actividad, y en lo posible reemplazarlos por otros menos nocivos, conforme al avance de la técnica.
- Hacer uso eficiente de los recursos necesarios para la actividad, el agua, la energía, el papel y sustancias químicas usadas en los procesos.
- Exigir a los proveedores de bienes y servicios y a quienes conforman su cadena de distribución, el cumplimiento de las normas legales en materia ambiental y el incentivo de las acciones consistentes con esta política.
- Exhortar a todos sus grupos de interés a concienciar la problemática ambiental e implementar buenas prácticas ambientales en sus respectivos ámbitos.
- Establecer objetivos y metas ambientales consistentes con esta política y revisar su cumplimiento periódicamente, para asegurar la mejora continua de su desempeño ambiental.

2. Gestión responsable

Como parte del compromiso que Uma creativa tiene con sus clientes, colaboradores, proveedores y la sociedad en general, debe iniciar el proceso para elaborar la primera memoria de Responsabilidad Social Empresarial, de acuerdo con estándares internacionales generando la revisión e implementación de las políticas, los procesos, los procedimientos, las prácticas y las estrategias que aseguren mejoras en el aporte responsable y sustentable a la sociedad. Paralelamente a este proceso, la empresa debe continuar impulsando su política de apoyo a la educación, manejo ambiental, cultural, entre otras temáticas.

3. Compromiso ambiental:

Uma creativa comprometido en prevenir, reducir y mitigar los posibles impactos que pueda generar su actividad sobre el ambiente y la sociedad, deberá gestionar correctamente sus emisiones, vertidos y residuos, no solo por el hecho de cumplir la legislación ambiental vigente, sino por su alto sentido de conservación ambiental.

- Gestión del agua

Se deben ejecutar procedimientos para monitorear, administrar, reducir el consumo y depurar los efluentes contaminados, para garantizar la calidad y conservación del recurso agua.

Preocupados por la calidad del agua residual, Una creativa debe instalar una planta de Tratamiento de Aguas Residuales Industriales capaz de reducir los contaminantes físicos, químicos y biológicos presentes en el agua realizando monitoreos periódicos de las descargas líquidas para determinar los niveles de contaminación y la eficiencia del sistema de tratamiento, los resultados son comparados con la normativa ambiental y así se verifica su cumplimiento.

Se puede desarrollar el proyecto de reutilización del agua saliente del sistema de tratamiento, para el riego de sus jardines.

- Manejo de residuos

Se debe aplicar procedimientos para el manejo de los residuos generados en todas las áreas de la organización, mediante la reducción, reutilización, reciclaje y eliminación tecnificada.

Los residuos orgánicos son utilizados para la elaboración de compost / humus, el mismo que se emplea como abono en el invernadero y jardines de la empresa.

Los residuos como papel, cartón, plástico, vidrio, madera y chatarra son entregados a gestores ambientales para ser reciclados o reutilizados.

Los residuos peligrosos son eliminados técnicamente mediante los métodos de incineración y encapsulación.

Todos los residuos son entregados a los Gestores Ambientales Certificados por la Secretaría de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito.

3.3.5.3 Manual buenas prácticas ambientales y obtención de resultados.

- Utilización eficiente de las materias primas y evaluación del impacto ambiental

Teniendo conocimiento de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial de la GTZ-P3U. Se puso especial atención en la Lista de Chequeo utilización eficiente de las materias primas y evaluación del impacto ambiental donde nos dimos cuenta que existen dos productos los cuales son muy utilizados dentro de la empresa como lo es el papel, los cartuchos de las impresoras y productos químicos para la limpieza de impresoras computadores y el resto de la empresa que son claves determinantes al momento de hablar y contribuir un gestión de responsabilidad social.

Los cartuchos que utilizan todos los equipos de impresión contienen, tinta, espuma, plástico acero y otros metales que son solo algunos de los componentes sin olvidar que varios colores como el cian contienen cianuro donde en investigaciones podemos saber que para la realización de un cartucho de impresoras es necesario 4 litros de petróleo.

En el caso del papel utilizada como principal materia prima se debe considerar un proceso de recuperación de este producto reutilizándolo para transformarlo en nuevos productos de papel. Los residuos que se producen en las empresas de diseño gráfico son desechados sin tener oportunidad de reincorporarse a un proceso de transformación de materia posterior. El problema consiste en la deficiente recolección de papel apto para reciclaje, por parte de la empresa, donde se produce en cantidades considerables, ya que se podría utilizar en la elaboración de artesanías con el papel reciclado.

Por otra parte la adquisición de productos e implementos de limpieza para la empresa Uma creativa es considerado un gasto en el cual está fuera de los límites presupuestales por adquirir productos de marca del mercado, como medida investigativa se procedió a realizando una cotización con empresas que ofrecen los mismos productos con la diferencia que estos no contengan muchos químicos sean menos nocivos con el medio ambiente y cumplan con la misma función estabilizando y aún más disminuyendo el gasto en este tipo de productos en un 15%.

1. El desafío

La mejor opción que la empresa Uma creativa es dejar los cartuchos de tóner vacíos a un punto limpio donde se puedan vender como cartuchos de reciclaje o llamados también clónicos donde los operadores de esta empresa se hagan responsables de su gestión.

Considerando la problemática actual y el uso desmedido de papel se pretende ejecutar medidas para el aprovechamiento del material papel usado para la posterior elaboración de artesanías. La recolección de papel apto para reciclaje, por parte de imprentas, donde se produce en cantidades considerables, ya que se podría utilizar en la elaboración de artesanías con el papel reciclado.

La empresa Uma creativa al no contar con proveedores específicos para la adquisición de este tipo de suministros y productos de limpieza, no limita en pagar costos por su nombre en el mercado. Existen empresas las cuales pueden proveer de un producto a bajo costo y de buena calidad con la garantía y eficacia que les brinda, ya que cuentan con estándares ecológicos por tanto sus productos son menos nocivos al impacto ambiental, y cumplen con la misma función de productos tradicionales en el mercado de la limpieza.

2. Utilización de la guía de buenas prácticas de gestión empresarial

Un claro ejemplo para participar en procesos limpios de los desechos de impresoras es la empresa Hewlett Packard (HP) donde lleva una política ambiental que contribuye a la eliminación de estos residuos mediante el reciclaje.

Reciclar significa someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizarse para la fabricación de nuevos productos. El reciclaje es fundamental para mitigar el impacto del hombre en el medio ambiente, además de permitirnos un significativo ahorro de materias primas, disminución de gastos de energía y agua, así como la reducción en la generación de residuos y con ello ayudamos a reducir la contaminación del planeta en el que habitamos.

Como en toda empresa el departamento de compras se encuentra dirigida por una persona, la misma que debe tomar conciencia de las buenas prácticas ambientales al

considerar el despilfarro de dinero en productos de limpieza que son desperdiciados por tanto consideramos la sustitución y reducción de proveedor de dicho productos de limpieza como: desinfectantes, detergentes, material de limpieza, equipo de limpieza y demás implementos para entregar a dicha persona que se encarga de la limpieza completa de las instalaciones

3. Medidas tomadas en el negocio

Uno de los proveedores de la empresa es Hp Company de la que podemos afianzar en el programa que esta empresa direcciona sobre el reciclaje de cartuchos donde se propone la opción que las oficinas puedan solicitar cajas para acumular entre 30 y 200 unidades y devolver estos productos por mensajería sin costo alguno.

Reciclar papel es un ahorro significativo porque actualmente, el 90% de la pasta de papel está fabricada con madera. La producción de papel representa aproximadamente un 35% de árboles talados en todo el mundo lo cual contribuye a la sociedad para evitar la deforestación de bosques de la misma manea que para la producción del mismo es utilizado toneladas de agua mientras que en la reciclada la mitad. El proceso de elaboración de artesanías de papel o plegados del mismo conocido como Origami podría ser una forma de crear mediante los propios diseñadores gráficos y creativos obras artísticas que pueden ser vendidos como productos de reciclaje dando un ingreso extra a la empresa Una creativa lo que le permitiría aplicar los programas de incentivos que los empleados requieren.

Por otro lado al realizar la compra de productos de limpieza con la empresa Dismarket empresa ubicada en el norte de Quito distribuidor autorizado de productos de limpieza ecológicos la cual se caracteriza por ofrecer productos biodegradables, prácticos y eficaces se redujo el gasto en esta cuenta, por tanto la compra será trimestralmente de todos los productos que presenten escasos o que estén por agotarse teniendo en cuenta el uso eficaz y moderado de los implementos de limpieza para lo cual implica que los trabajadores deben participar en el proceso de mejora continua del comportamiento medioambiental, realizando cursos de formación, trabajos en grupo para reducir al

mínimo el uso de dicho materiales y tomando conciencia de la aplicación de los productos en lugares nocivos.

4. Beneficios ambientales

El reciclaje de cartuchos de tóner es beneficioso ya que muchos de ellos son reutilizables, el uso de materiales vírgenes hace que aumente la explotación de los recursos naturales. La tinta de los cartuchos de las impresoras es venenosa y tarda entre 450 a 1000 años en descomponerse. En este caso si se trabaja conjuntamente con el programa de reciclaje de la empresa Hp Company los propios empleados pueden aprovechar y llevar sus cartuchos de su casa ya que una vez que se envié los cartuchos a la empresa esta se encarga de clasificar sus componentes para la preparación de nuevos productos.

Reciclar papel evita una buena cantidad de talas innecesarias y también la contaminación de grandes cantidades de agua que con lleva la fabricación del papel, y lo mismo ocurre con el reciclaje de otros productos elaborados con nuestros recursos naturales. El ahorro de energía es otra de las grandes ventajas del reciclaje y, como consecuencia de este menor gasto se facilita el proceso de fabricación y emiten menos gases de efecto invernadero. En muchas ocasiones los consumidores también salen ganando, pues los productos también son más económicos. En nuestro hogar, reciclar residuos orgánicos o inorgánicos puede tener un sinfín de usos a nivel funcional, decorativo o incluso artístico, por lo que también ahorramos dinero, y a su vez se produce y se contamina menos. En el reciclaje creativo, ser amable con el planeta sale a cuenta.

La empresa Una creativa aprovechando estas recomendaciones y cambiar los productos de limpieza se obtiene un beneficio ecológico al no consumir productos que alteren el medio ambiente por sus compuestos químicos , al contrario mejora en gran parte, por un lado la concientización del personal de limpieza al usar de manera eficiencia productos e implementos de limpieza sin hacer daño al medio ambiente y por otro lado la disminución de la contaminación atmosférica que generan ese tipo de productos con su uso diario.

5. Mejoras organizativas:

El reconocimiento de una mejora en el ambiente laboral de la empresa debe realizarse mediante la capacitación consciente del personal capacitado que podría ser desde el aprendizaje de responsabilidad social, siguiendo por el reciclaje en cada uno su puesto de trabajo, ahorrando así la cantidad de útiles de oficina, al igual el uso de implementos de limpieza para los equipos y la empresa utilizándolos apropiadamente sin desperdiciarlos usando implementos más económicos pero que ayuden al medio ambiente.

Por tanto el personal tiene una nueva manera de comportarse en su trabajo y su diario vivir ya que al ser una persona con mente ecológica mejora su estilo, su forma de ser y darse a notar ante la sociedad además mejora rotundamente en su desempeño debido al ambiente en el que se encuentran.

6. Mejoras en la seguridad del trabajo y la protección de la salud

El ambiente de trabajo es mejor, desde el punto que se inhala un aire cálido y confortable hasta las medidas de seguridad higiénicas implantadas en este proceso, consecuencia de esto el ahorro de material de limpieza. Además se debe crear conciencia ya que muchos de los empleados consumen cigarrillo y mediante las encuestas podemos ver que si les afecta esto y que es muy desagradable oler esta sustancia, el no ensuciar mucho, cuidar todas las áreas de la empresa tanto internas como externas, de tal manera que la limpieza sea la carta de presentación que de la empresa hacia sus clientes.

- Almacenamiento manejo y transporte apropiado de materias

Teniendo conocimiento de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial de la GTZ-P3U. Se puso especial atención en la Lista de Chequeo de Almacenamiento y Manejo de materiales, la que surgió de tomar en cuenta el proceso de almacenamiento manejo y transporte apropiado de los materiales a fin de detectar oportunidades para optimizar el uso y precaución que el personal debe tener al momento de del proceso de producción y así minimizar la cantidad de desperdicios, accidentes, daños en los

materiales, deterioro derrame de sustancias peligrosas, etc. alternativas que permitirá reducir costos daños en los trabajadores e impacto en el medio ambiente.

Esta empresa tiene como principal actividad el diseño y la impresión de proyectos, en ella emplean a sus trabajadores y con adicional para cubrir en tiempos de temporadas altas o proyectos mucho más grandes.

Utilizando la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial y pensando en términos ecológicos los directores de producción identificaron una mediana mejora técnica a través de la cual ya no se maltrataría mucho en el almacenamiento apropiado de materiales y de esa manera ahorraría costos de la empresa y reduciría la cantidad de desperdicios y el tiempo para readecuar de lugar los materiales.

1. El desafío

El procedimiento para el almacenamiento de los materiales, su trasportación y limpieza apropiada de los mismos es una práctica establecida dentro de la empresa en la cual se controla los materiales al momento de la entrega por parte de los proveedores, almacena todas las sustancias peligrosas en un lugar centralizado cumpliendo así con las condiciones de almacenaje que se recomiendan en las hojas de seguridad.

2. Toma de medidas en la empresa

- Instrucción y capacitación del personal para no tener riesgo dentro de su sitio de trabajo, así también de cómo deben ser almacenados los materiales peligrosos y su adecuado manejo el mismo que permitirá no tener accidentes de mayor grado en la empresa.
- Exposición como debe almacenar de las materiales y revisión de los mismos a momento de adquirirlos y utilizarlos.

Para evitar los derrames de sustancias el proceso de almacenamiento debiera darse despues de la utilización de los mismo para evitar accidentes futuros en las personas y el media ambiente. Los productos que se utilicen deberían ir con un adeshivo que informe que productos son peligrosos y direccionar para evitar daños.

3. Beneficios ambientales

En la empresa Uma creativa se debe aprovechar los materiales contenidos en los residuos sólidos, para ello se racionalizará el uso y consumo de las materiales provenientes de los recursos naturales, recuperado así valores económicos y energéticos que hayan sido utilizados en los diferentes procesos que realiza la empresa, estas acciones contribuyen a disminuir los desperdicios los derrames que pueden causar daños en la salud y por consecuente altera el ecosistema local.

En el desarrollo de las actividades de toda empresa necesitamos materiales, producimos bienes o servicios y generamos residuos. Necesitamos, por tanto, guardar todos esos productos hasta darles un uso o destino. Una correcta organización de las zonas destinadas a almacenar material en nuestros centros de trabajo reducirá las pérdidas de recursos, tiempo y energía y disminuirá los riesgos de generar residuos, vertidos y emisiones innecesarios.

Es imprescindible poner especial empeño en almacenar de forma segura sustancias peligrosas ya que, además de ser tóxicas para el medio ambiente, también lo son para nuestra salud.

4. Beneficios económicos

Para asegurar que los materiales y productos que necesitamos dentro de la empresa trabajo se mantengan en buen estado y evitar desperdicios, podemos aplicar buenas prácticas que permitan un almacenamiento seguro:

- Limitar el acceso del personal al almacén.
- Solicitar formación sobre la manipulación de las sustancias almacenadas, especialmente de las peligrosas, y respetar las recomendaciones para su correcto almacenaje.
- Solicitar fichas de seguridad y listados en lugares visibles de los productos almacenados.

- Guardar las cantidades estrictamente necesarias para evitar el desperdicio dentro de los proyectos empresariales.
- Proteger los almacenes de las inclemencias del tiempo y mantener las condiciones ambientales adecuadas (temperatura, humedad, etc.) para que los materiales no se deterioren.
- Almacenar cada producto en su lugar correspondiente y etiquetarlo de forma que se garantice su correcta identificación.
- Instalar sistemas de alarma de rebose, de drenaje y de contención en los almacenes y disponer de equipos de seguridad para emergencias como extintores o absorbentes

Esto nos permitirá reducir costos y proyectar nuevos presupuestos con el ahorro que tendrán a futuras gestiones en Uma creativa.

5. Mejoras organizativas

Informar a los usuarios sobre formas de reducir el consumo de recursos y la generación de residuos, vertidos y emisiones para que colaboren en el mantenimiento y la conservación del medio ambiente cuando utilicen las instalaciones del centro de trabajo.

Etiquetar adecuadamente los productos para que los clientes puedan hacer un uso adecuado que prevenga la generación de residuos innecesarios y aumente la vida útil de los aparatos.

- Reducción del consumo de energía

Teniendo conocimiento de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial de la GTZ-P3U. Se puso especial atención en la Lista de Chequeo reducción del consumo de energía. El gasto mensual de energía de la empresa Uma creativa se encuentra dado por los empleados principalmente del área de diseño gráfico con un 80% de energía en la instalación empresarial, mientras que la parte administrativa y el resto del personal de

la organización consumen un promedio el 20% de energía generando costos muy elevados para la empresa.

Haciendo un mejor uso de la luz natural y de la reflexión será posible disminuir la utilización de luz artificial en un 40% mediante el estudio realizado en la empresa utilizando estrategia optimas que para disminuir costos mutuamente con el trabajo ecológico.

1. El desafío:

Una creativa está consciente de su consumo de energía, sabe cuál es el costo mensual del consumo de fuentes energéticas ya que es valorado en el departamento de contabilidad y costos.

En el siguiente cuadro podemos analizar el tipo de consumo que se está realizando en cada área lo que nos permitirá conocer donde podemos realizar las pertinentes intervenciones al momento de descifrar si existe un desperdicio de consumo eléctrico en la empresa lo que nos ayudaría a minimizar costos y enfrentar con estrategias optimas en instalación de nuevos sistemas que proporcionen luz eléctrica que cuide el medio ambiente. Considerando que el precio promedio por kilovatio hora en Ecuador (9,2 US\$Kwh) se estima:

2. Reducción del consumo y de los costos de energía.

Una creativa es responsable en cuanto al consumo de energía ya que al momento de ahorrar energía también ahorra costos por el uso de esta, evita que las maquinas que no están en uso se encuentren prendidas.

Parcialmente se ha hecho cargo del uso de energía natural, pondrá en marcha el uso de instrumentos naturales que ahorren energía para el cuidado del medio ambiente y beneficio para la empresa.

3. Evitar pérdidas de energía.

Una creativa tiene un plan de mantenimiento de las publicidades para controlar posibles pérdidas de energía y para ejecutar las posibles reparaciones a tiempo.

4. Instalaciones adecuadas de artefactos eléctricos.

Una creativa debe tener adecuada instalación de cables y líneas eléctricas, los circuitos se encuentran instalados y protegidos para evitar corto circuitos, perdidas de energía y daños en los artefactos eléctricos, tomando en cuenta que al tener una buena conexión de cableados eléctricos protege también a su personal de algún accidente que pueda causar la mala instalación de estos.

5. Medidas a tomar en la empresa Uma creativa

- Uso de Luminarias Más Eficientes

Se trata de estimar el consumo eléctrico que presentaría la institución considerando la sustitución de todas las luminarias convencionales por las de mayor rendimiento descritas anteriormente. Los tubo circulares fluorescente, TL-80, consume 32 W que es ideal para su uso en sustitución de la energía circular que posee la empresa Uma creativa y combinado al balasto electrónico solo consume 2 W, con los mismos niveles de iluminación.

La sustitución de nuevas luminarias traería un ahorro por luminarias de aproximadamente un 30 %, ya que las de 4 Tubos de 32 W y 2 Balastos demandarían 132 W. Las de 2 Tubos y 1 Balasto consumirían 66 W contra 96 W. En vista de que estas luminarias se colocarían en las mismas instalaciones, los tiempos de funcionamiento de las mismas se mantienen igual a los anteriores.

- Iluminación natural

Las paredes de cemento serán pintadas de blanco para mejorar la reflexión natural de la luz dentro de las instalaciones.

- Iluminación eficiente y de bajo consumo.

Una creativa tiene iluminación suficiente para evitar malestar en los empleados, debe hacer uso de tubos fluorescentes y las ventanas limpias para utilizar de manera adecuada la luz del día y evitar mal gasto de energía.

Otro de los aspectos del programa que se debe tomar en cuenta para lograr ahorrar energía son las características de un alumbrado eficiente, basado en diseño arquitectónico eficiente, diseño bajo normas, uso apropiado de lámparas, balastos adecuados y separación de circuitos.

- Diseño arquitectónico eficiente

Para disminuir el consumo eléctrico durante el día, es fundamental el aprovechamiento de la luz solar a través de tragaluces, domos y ventanas. La mayoría oficinas deben estar diseñadas para el aprovechamiento de la luz solar, pero de igual forma se tienen las luminarias encendidas, debido a la falta de concientización.

- Diseño bajo normas

Existen normas en el ámbito nacional e internacional en iluminación para todas las áreas posibles. El diseño apegado a las normas permite el aprovechamiento óptimo de los recursos.

- Uso apropiado de lámparas

Las lámparas más ineficientes desde el punto de vista de conversión de energía eléctrica a energía luminosa, son las llamadas incandescentes o focos, seguidas por las fluorescentes del tipo Slim-line de 39 y de 75 Watts de dos pines del tipo luz de día. Además, es muy común encontrar lámparas incandescentes del tipo de halógenos, cuyo

uso es de alumbrado de realce, empleadas como alumbrado general. Por otro lado, las lámparas más eficientes son las de vapor de sodio en sus diferentes versiones, con la desventaja de que proporcionan luz de un solo tono, por lo que su uso se ve limitado a iluminación general o de vigilancia.

6. Beneficios ambientales

Aprovechando la luz natural se reducirá considerablemente el uso de electricidad para iluminación artificial. En un contexto más amplio, estas acciones contribuyen a disminuir la demanda de energía, reduciendo por lo tanto la necesidad de usinas hidroeléctricas que utilizan agua y cuya construcción altera el ecosistema local.

7. Mejoras organizativas

Durante las horas de menor actividad los empleados de Uma creativa deben disminuir su consumo apagando los equipos no utilizados y desconectándolos. Igualmente, durante períodos de baja actividad serán pintadas las paredes de blanco. Se prestó especial atención en encender los tubos fluorescentes solamente cuando fuese necesario y en que éstos fuesen apagados a la noche y durante los fines de semana. Como resultado, las luces que anteriormente estaban prendidas 24 horas por día cada día de trabajo, serán encendidas en el futuro un promedio de 4 horas diarias. Al mismo tiempo, la utilización de la Guía conduce a una mayor motivación para la aplicación de nuevas ideas.

8. Mejoras en la seguridad del trabajo y la protección de la salud

El ambiente de trabajo debe mejorar considerablemente debido al aumento de una excelente luz natural durante la mayor parte de la jornada laboral.

- Manejo integral de residuos: reducción, reutilización, reciclaje y disposición de residuos.

Teniendo conocimiento de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión Empresarial de la GTZ-P3U. Se puso especial atención en la Lista de Chequeo manejo integral de residuos: reducción, reutilización, reciclaje y disposición de residuos.

1. El desafío

Aplicar procedimientos para el manejo de los residuos generados en todas las áreas de la organización, mediante la reducción, reutilización, reciclaje y eliminación tecnificada.

Los residuos orgánicos podrían ser utilizados para la elaboración de compost / humus, el mismo que se emplea como abono en el invernadero y jardines de la empresa. Los residuos como papel, cartón, plástico, vidrio, madera y chatarra deberían ser entregados a gestores ambientales para ser reciclados o reutilizados.

Los residuos peligrosos deben ser eliminados técnicamente mediante los métodos de incineración y encapsulación. Todos los residuos serán entregados a los Gestores Ambientales Certificados por la Secretaría de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito.

2. Utilización de la guía de buenas prácticas de gestión empresarial

Planteando reuniones organizadas con el personal de Uma creativa, nos podremos dar cuenta que por ser una empresa de publicidad tan importante necesitan aplicar estas tácticas para la aplicación de un “Manejo integral de residuos, reducción, reutilización, reciclaje y disposición de residuos”. La lista de chequeo nos permitió evaluar el uso ineficiente de los materiales que pueden entrar en procesos de transformación.

Por tal motivo se esperan seguir con este proyecto y poder ser más participes en el proceso de gestión ambiental implementando nuevos procesos.

3. Medidas tomadas en la empresa

- Monitoreo de la cantidad de residuos, sistema de separación de residuos y colocación de recipientes en la empresa.

La empresa deberá invertir en recipientes adecuados para la recolección de residuos, la separación y el uso respectivo de cada recipiente. Para no confundirse los han comprado de distintos colores y poder identificarlos de manera inmediata.

- Reutilización de residuos propios de la empresa y manejo de este sin causar daños

La empresa entrega todo el material a distintas entidades encargadas de transformar el material de reciclaje a productos terminados.

4. Beneficios ambientales

En la empresa habrá una recuperación y aprovechamiento de los materiales contenidos en los residuos sólidos, se racionalizó el uso y consumo de las materias primas provenientes de los recursos naturales, recuperado así valores económicos y energéticos que hayan sido utilizados en los diferentes procesos productivos y finalmente se disminuyó los impactos ambientales, tanto por demanda y uso de materias primas como por los procesos de disposición final.

3.3.6 Plan de ayuda a la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.

Introducción

La empresa Uma creativa dentro de su modelo de Responsabilidad Social Empresarial, tiene como objetivo la ayuda a la comunidad, es por ello que se realizarán programas de ayuda social a grupos prioritarios, que contribuya al desarrollo y al progreso de las personas vulnerables en el Ecuador.

El propósito de Uma creativa es incorporar dentro de sus estrategias de negocio el aporte social, ya que la empresa no solo se preocupa por la rentabilidad, es importante también la ayuda a la comunidad, motivo por el cual se presentarán algunos planes de acción a realizar por la empresa pero aún más importante que servirán de guía y retroalimentación es decir no será simplemente un obra social esporádica si no se convertirá en un precedente a realizar todos los años y con este fin poder ser parte activa de ayuda a la sociedad.

1. Aspectos Generales

El proyecto de ayuda a la comunidad se llama PAS (Programa de Acción Social), y está diseñado para aplicar la Responsabilidad Social Empresarial, en institutos, alberges, centros de reposo, hogar para niños, y realizar campañas gráficas publicitarias que

permitan generar un impacto positivo y generar conciencia en la sociedad.

Este programa es importante para la comunidad, y con la ayuda de la empresa Uma creativa, y sus trabajadores que están de acuerdo con apoyar a causas sociales, se logrará mejorar el entorno social, y aportar al progreso de la sociedad.

2. Objetivo

- Implementar el Programa de Acción Social de ayuda a la comunidad, basados en las políticas de Responsabilidad Social Empresarial, comprometidos con el desarrollo de la sociedad.

3. Localización Geográfica

La empresa Uma creativa realizó encuestas a los ciudadanos para determinar cuál sería la mejor manera de ayudar a la comunidad, determinar las áreas más vulnerables y poder implementar un plan de acción social, los resultados de las encuestas arrojaron como principal objetivo realizar obras sociales y ayudar de esta manera a los grupos prioritarios en el Ecuador. Por ello se nombra a continuación las instituciones en las cuales se va a desarrollar obras sociales.

Albergue San Juan de Dios

El primer plan de ayuda a la comunidad va a ser dirigido a Albergue San Juan de Dios, los empleados de la empresa Uma creativa serán los principales benefactores de productos que necesitan en el albergue. Este plan de ayuda social es la respuesta al nuevo enfoque que la empresa tiene en beneficio a la comunidad, y así poder contribuir al apoyo de grupos prioritarios.

El albergue San Juan de Dios, está ubicado en el barrio de San Diego en la ciudad de Quito, tienen más de 60 adultos abandonados, sin familia y con diversas discapacidades., cuanta también con albergue para más de 200 personas reciben cama y alimento en esta residencia.

POA – Ayuda social N.1 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.

Tabla 64: POA – Ayuda social N.1 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.

POA. Programa de la Comunidad							
Objetivo: Implementar el plan de ayuda a la comunidad, basados en las políticas de Responsabilidad Social Empresarial, comprometidos con el desarrollo de la sociedad.							
Estrategias:	Actividades	Responsables	Tiempo	Presupuesto	Indicadores	Recursos	Medios de verificación
E1: Ejecutar un programa de acción social (PAS) que contribuya al desarrollo y al progreso de las personas vulnerables en la comunidad.	1. Orientación general con la directiva de la empresa Uma creativa, para proponer el programa de ayuda a la comunidad (Pre-reunión)	Autores del desarrollo de tesis	La junta con los directivos de la empresa Uma creativa se realizara en una semana para la presentación de la propuesta y posterior análisis y respuesta de los directivos.	No se incurrirá en gastos, ya que la presentación lo realizarán los autores del desarrollo de tesis	* Programa de acción social aprobado para el año 2015-2016	Humanos: Autores del desarrollo de tesis	*Programa aprobado, por los directivos de Uma Creativa
	2. Socialización del Programa de Acción Social en el Albergue San Juan de Dios, a los empleados, de la	JESSENIA ROSERO(Asistente de Tráfico y Proyectos)	El programa de Acción Social en el Albergue San Juan de Dios, tendrá una duración de 15 días desde la	Las actividades que están propuestas en las estrategias El tendrán un costo de 30 USD, por	* Participación colaborativa *Utilización adecuada de: correos electrónicos, y publicaciones en	Humanos: *Jessenia Rosero encargada de la socialización Materiales: computadora e	* Recepción de la información por parte de los empleados de la empresa

empresa.		socialización hasta la entrega de productos donados por los empleados	transporte ya que los artículos serán donados	la cartelera institucional	impresiones	
3. Colecta y recepción de artículos donados por los empleados de la empresa, que necesitan en el albergue	JESSENIA ROSERO(Asistente de Tráfico y Proyectos)			* Participación colaborativa	Humanos: *Jessenia Rosero encargada de la recepción de los artículos donados Gabriela Peña encargada de la entrega de artículos donados Materiales: Bodega	*Recepción de los artículos

	4. Entrega de los artículos donados al Albergue San Juan de Dios	JESSENIA ROSERO(Asistente de Tráfico y Proyectos); GABRIELA PEÑA (Directora de Tráfico y Proyectos)				Gabriela Peña encargada de la entrega de artículos donados	* Entrega de donaciones en el Albergue San Juan de Dios
--	--	--	--	--	--	--	---

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Interpretacion:El albergue San Juan de Dios, está ubicado en el barrio de San Diego en la ciudad de Quito, tienen más de 60 adultos abandonados, sin familia y con diversas discapacidades., cuenta también con albergue para más de 200 personas reciben cama y alimento en esta residencia.

Albergue San Juan de Dios

Las actividades a realizar son las siguientes:

1. Los trabajadores de la empresa Uma Creativa serán los benefactores de estas donaciones para lo cual el Departamento de Tráfico y Proyectos, será el encargado de difundir a todos los empleados de la empresa por medio de un correo electrónico interno, y publicaciones en la cartelera institucional la información necesaria para esta donación
2. Se realizará una colecta de artículos que necesitan en el albergue, los artículos que se receptaran serán los siguientes:
 - Víveres no perecederos
 - Productos de limpieza, especialmente: cloro, detergente, shampoo y jabones
 - Medicinas no caducadas
 - Ropa de adultos en buenas condiciones
3. El mismo departamento de Tráfico y Proyectos receptara todos los días las donaciones de los empleados y los guardará para su entrega posterior.
4. Una vez concluida la fecha de recepción de los artículos, la persona encargada de hacer entrega de los mismos serán la Srta. Jessenia Rosero Asistente de Tráfico y Proyectos y la Ing. Gabriela Peña Directora de Tráfico y Proyectos que entregará los productos el día 11 de abril del 2015.

POA – Ayuda social N.2 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.

Tabla 65: POA – Ayuda social N.2 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.

POA. Programa de la Comunidad							
Objetivo: Implementar el plan de ayuda a la comunidad, basados en las políticas de Responsabilidad Social Empresarial, comprometidos con el desarrollo de la sociedad.							
Estrategias:	Actividades	Responsables	Tiempo	Presupuesto	Indicadores	Recursos	Medios de verificación
E1: Ejecutar un programa de acción social (PAS) que contribuya al desarrollo y al progreso de las personas vulnerables en la comunidad.	1. Realizar los trámites pertinentes con el instituto Hogar Para Sus Niños, con el fin de contar con los permisos respectivos, coordinar las fechas de la visita y autorizar el cronograma de actividades.	Autores del desarrollo de tesis	El programa de Acción Social en el instituto Hogar Para Sus Niños tendrá una duración de 30 días desde la socialización hasta la entrega de productos donados por los empleados, y el día de la visita.	Las actividades que están propuestas en las estrategias tendrán un costo de 250 USD	* Programa de acción social	Humanos: Autores del desarrollo de tesis	*Programa aprobado, por la administradora del Hogar Para Sus Niños.

<p>2. Socialización del Programa de Acción Social en el instituto Hogar Para Sus Niños, a los empleados de la empresa</p>	<p>JENNY SALAZAR (Servicios Generales)</p>			<p>* Participación colaborativa *Utilización adecuada de: correos electrónicos, y publicaciones en la cartelera institucional, vistas por cada departamento de la empresa</p>	<p>Humanos: *Jenny Salazar encargada de la socialización Materiales: computadora y medios e impresiones</p>	<p>* Recepción de la información por parte de los empleados de la empresa</p>
<p>3. Colecta y recepción de artículos donados por los empleados de la empresa, que necesitan en el instituto</p>	<p>JENNY SALAZAR (Servicios Generales)</p>			<p>* Participación colaborativa</p>	<p>Humanos: *Jenny Salazar encargada de la recepción de los artículos donados Materiales: Bodega</p>	<p>*Recepción de los artículos</p>

4. Entrega de los artículos donados al instituto Hogar Para Sus Niños	JENNY SALAZAR (Servicios Generales) y KARLA PEÑA (Servicios Generales)			*Participación colaborativa	Humanos: *Jenny Salazar y Karla Peña encargadas de la entrega de artículos donados Materiales: Transporte	* Entrega de donaciones en el instituto Hogar Para Sus Niños
5. Salida de los trabajadores desde las instalaciones de la empresa Uma creativa	Empleados de la empresa Uma Creativa, Autores del desarrollo de tesis			*Reunión en el punto de encuentro	Humanos: Empleados de la empresa Uma creativa, Autores del desarrollo de tesis Materiales: Transporte	*Registro de asistencia
6. Visita voluntaria por parte de los empleados de la empresa Uma creativa a los niños y niñas del instituto Hogar Para Sus Niños	Empleados de la empresa Uma Creativa, Autores del desarrollo de tesis			*Participación colaborativa	Humanos: Empleados de la empresa Uma creativa, Autores del desarrollo de tesis Materiales: Transporte	*Llegada al instituto Hogar Para Sus Niños

E1: Ejecutar un programa de acción social (PAS) que contribuya al desarrollo y al progreso de las personas vulnerables en la comunidad.	7. Presentación de todos los integrantes de la empresa con los trabajadores, niños y niñas del instituto,	GABRIELA PEÑA (Directora de Tráfico y Proyectos)	El programa de Acción Social en el instituto Hogar Para Sus Niños tendrá una duración de 30 días desde la socialización hasta la entrega de productos donados por los empleados, y el día de la visita.	Las actividades que están propuestas en las estrategias tendrán un costo de 250 USD	*Participación colaborativa	Humanos: *Gabriela Peña presentación Materiales: Entrega de gafetes para mejor socialización	* Socialización
	8. Realización de actividades dinámicas, juegos, taller de pintura	Empleados de la empresa Uma Creativa, Autores del desarrollo de tesis			*Dinámica de integración	Humanos: Empleados de la empresa Uma creativa, Autores del desarrollo de tesis Materiales: Material Didáctico, Pintura, pinceles, etc.	*Participación e integración y trabajo en equipo
	9. Entrega de refrigerio.	Empleados de la empresa Uma Creativa, Autores del desarrollo de tesis			*Participación colaborativa	Humanos: Empleados de la empresa Uma creativa, Autores del desarrollo de tesis Materiales: refrigerio	* Entrega de refrigerio

10. Charla dinámica tema cuidado ambiental y reciclaje y trabajo grupal	GABRIELA PEÑA (Directora de Tráfico y Proyectos)				Humanos: *Gabriela Peña expositora Materiales: Impresiones didácticas, materiales escolares	*Terminación de Trabajo Grupal
11. Actividad Dinámica, competencias grupales	Empleados de la empresa Uma Creativa, Autores del desarrollo de tesis			*Integración Grupal	Humanos: Empleados de la empresa Uma creativa, Autores del desarrollo de tesis, niños y niñas del Hogar Para Sus Niños	*Dinámica de integración terminada
12. Despedida y retorno	Empleados de la empresa Uma Creativa, Autores del desarrollo de tesis			*Fin de la visita	Humanos: Empleados de la empresa Uma creativa, Autores del desarrollo de tesis Materiales: Transporte	*Finalización de la visita al instituto Hogar Para Sus Niños

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

- Hogar Para Sus Niños

En el Hogar Para Sus Niños (HPSN), cuidan temporalmente a niños y niñas que han pasado por circunstancias de abandono, maltrato infantil, entre otras condiciones y que necesitan de un lugar y una familia que los acoja, en este hogar para niños se reciben infantes con y sin capacidades especiales.

Las actividades a realizar son las siguientes:

1. Se realizará una visita a los niños y niñas del Hogar Para Sus Niños, por parte de todos los trabajadores de la empresa Uma Creativa, y los autores de titulación de manera voluntaria.
2. Los autores de la tesis seremos los encargados de realizar los trámites pertinentes con el instituto HPSN, con el fin de coordinar las fechas de la visita y contar con los permisos respectivos, así también como realizar el cronograma de actividades para el día de la visita con previa autorización de Xavier Molina Gerente General.
3. Este evento está a cargo del Departamento Administrativo, por parte de la Srta. Jenny Salazar Servicios Generales la misma que será el encargada de difundir la información pertinente para este evento mediante visitas a cada departamento, un correo electrónico a todos los empleados de la empresa e información pertinente publicada en la cartelera institucional.
4. De igual manera se propondrá a todos los empleados de la empresa Uma creativa, realizar una donación el día de la visita de ropa en buen estado, juguetes, y materiales didácticos, como plastilina, pinturas, marcadores, etc.
5. Las fechas en que el Departamento Administrativo receptorá los artículos serán los días del 06 al 10 de julio 2015, y la fecha de visita a los niños de este hogar se realizará el día 11 de julio de 2015.
6. La empresa Uma creativa brindará por su parte, el refrigerio para todos los trabajadores de la empresa como para los niños y niñas del Hogar Para Sus Niños.
7. El punto de encuentro será en las instalaciones de la Empresa, a las 8:00 de la mañana y se contratará una buseta que transporte a todos los funcionarios que previamente habrían confirmado la asistencia a esta reunión.
8. A las 9:00 de la mañana se llegará a la institución.

9. De 9:00 a 9:20 a.m. se realizará la presentación de todos los integrantes de la empresa con los trabajadores, niños y niñas del instituto, se pondrá también gafetes con los nombres de cada empleado y niño con tal de ayudar al reconocimiento y mayor integración.
10. De 9:20 a 10:00 a.m. se realizará juegos y actividades dinámicas con los niños con tal de tener una mejor integración.
11. De 10:00 a 10:30 a.m. se realizará una actividad de pintura, en conjunto con la ayuda de los trabajadores de la empresa y los autores de titulación quienes serán delegados en cada grupo de niños el tema principal para la elaboración de la pintura será el respeto y la amistad.
12. A las 10:30 hasta las 11:15 a.m. se realizara la entrega del refrigerio.
13. De 11:15 a.m. a 12:30 p.m. se realizará una charla dinámica por parte de la Ing. Gabriela Peña Directora de Tráfico y Proyectos acerca del cuidado del medio ambiente y el reciclaje.
14. De 12:30 a 1:15 p.m. se realizará la segunda actividad con la división de grupos en competencias grupales de carreras y dinámicas.
15. De 13:15 a 14:15 p.m. hora de almuerzo.
16. De 14:40 a 15:30 p.m. los empleados de la empresa Uma Creativa y los autores de titulación, tendrán un espacio libre para compartir, hablar, jugar con los niños del (HPSN).
17. De 15:30 a 16:30 p.m. se realizará más actividades que inculquen la amistad y colaboración de grupo, conjuntamente con la despedida.
18. De 16:45 p.m. se retorna la buseta con el recorrido programado anteriormente.

POA – Ayuda social N.3 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.

Tabla 66: POA – Ayuda social N.3 en la comunidad por parte de la empresa Uma creativa.

POA. Programa de la Comunidad							
Objetivo: Implementar el plan de ayuda a la comunidad, basados en las políticas de Responsabilidad Social Empresarial, comprometidos con el desarrollo de la sociedad.							
Estrategias:	Actividades	Responsables	Tiempo	Presupuesto	Indicadores	Recursos	Medios de verificación
E1: Ejecutar un programa de acción social (PAS) que contribuya al desarrollo y al progreso de las personas vulnerables en la comunidad.	1. Reunión con los directivos de la empresa para determinar la implementación de una campaña gráfica publicitaria de cero tolerancia al trabajo infantil	*Autores del desarrollo de tesis *WILLIAM FRANCO (Director General Creatividad) *TYRONE ESTRELLA (Diseñador Gráfico), *JACK FONCECA (Creativo)	La campaña gráfica publicitaria cero tolerancia al trabajo infantil, tendrá una duración de 3 meses desde su aprobación hasta la difusión de la campaña	El costo aproximado de la campaña al trabajo infantil tendrá un costo de 1800 USD	* Resolución campaña	Humanos: Autores del desarrollo de tesis *William Franco (Director General Creatividad) Materiales: Materiales de oficina	*Respuesta positiva para la campaña gráfica publicitaria

<p>2. Aprobación de la campaña, y determinación del alcance, responsables de la creación publicitaria y los medios de difusión.</p>	<p>*Autores del desarrollo de tesis *WILLIAM FRANCO (Director General Creatividad)</p>			<p>* Determinación del alcance y medios de verificación para la campaña</p>	<p>Humanos: *William Franco (Director General Creatividad) *Tyrone Estrella (Diseñador Gráfico), *Jack Fonseca (Creativo)</p>	<p>*Aprobación de la campaña publicitaria</p>
<p>3. Realización de la campaña gráfica publicitaria, borradores y entrega final</p>	<p>*Autores del desarrollo de tesis *WILLIAM FRANCO (Director General Creatividad) *TYRONE ESTRELLA (Diseñador Gráfico), *JACK FONCECA (Creativo)</p>			<p>*Participación colaborativa</p>	<p>Humanos: *William Franco (Director General Creatividad) *Tyrone Estrella (Diseñador Gráfico), *Jack Fonseca (Creativo) Materiales: Materiales de</p>	<p>*Entrega final de la campaña publicitaria</p>

4. Reunión con María del Carmen Velasco, gerente del Programa de Erradicación del Trabajo Infantil del Ministerio del Trabajo	* XAVIER MOLINA(Gerente General) *WILLIAM FRANCO (Director General Creatividad) *TYRONE ESTRELLA (Diseñador Gráfico), *JACK FONCECA (Creativo)			* Presentación de campaña gráfica publicitaria contra el trabajo infantil	Humanos: * Xavier Molina (Gerente General) *William Franco (Director General Creatividad) *Tyrone Estrella (Diseñador Gráfico), *Jack Fonseca (Creativo)	* Aprobación de la difusión de la campaña gráfica publicitaria contra el trabajo infantil
5. Difusión de la campaña gráfica en contra del trabajo infantil creada por la empresa Uma creativa	*FERNANDO PEREZ (Director Branding), *ERIKA IDROVO (Diseñadora Gráfica) y Ministerio del Trabajo			* Difusión de la campaña gráfica publicitaria contra el trabajo infantil		* Entrega de pliegos de la campaña gráfica publicitaria

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

Las actividades a realizar son las siguientes:

1. Reunión con los directivos de la empresa, para determinar la implementación de una campaña gráfica publicitaria en contra del trabajo infantil.
2. Aprobación de la campaña, y determinación del alcance, responsables de la creación publicitaria y los medios de difusión.
3. Una vez aprobada la campaña, plantea una reunión con María del Carmen Velasco, gerente del Programa de Erradicación del Trabajo Infantil del Ministerio del Trabajo, red de empresas de alianza público- privada que cuenta con el apoyo de la UNICEF y liderada en el Ecuador la erradicación del trabajo infantil.
4. Se planteará organizar esta campaña publicitaria conjuntamente con el Ministerio del Trabajo quien difundirá las impresiones gráficas realizadas por la empresa Uma creativa en apoyo a la campaña de cero tolerancia al trabajo infantil.
5. Reunión para mostrar el producto final, es decir la impresión de la campaña publicitaria, y posteriormente entregar a María del Carmen Velasco quien será la encargada de difundir los pliegos, socializar en redes sociales y paginas institucionales, carteleras de estado, empresas públicas y privadas.
6. De la misma manera la empresa Uma creativa difundirá esta campaña con sus trabajadores, principales clientes y proveedores de la empresa con el fin de socializar la campaña y difundir el logan de la campaña de cero tolerancia al trabajo infantil.
7. Se imprimirá también dentro de los pliegos entregados el eslogan de Uma creativa como muestra del interés y apoyo que la empresa tiene para apoyar a causas sociales.
8. Entrega de pliegos de la campaña gráfica publicitaria en contra del trabajo infantil.

POA: Resumen de actividades y presupuesto anual

Tabla 67: POA: Resumen de actividades y presupuesto anual

POA. Plan Operativo Anual empresa Uma Creativa 2015-2016							
Objetivo: Implementar los distintos planes operativos anuales para la empresa Uma creativa, de acuerdo a las políticas y objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial							
Estrategias:	Actividades	Responsables	Tiempo	Presupuesto	Indicadores	Recursos	Medios de verificación
E1: Ejecutar el POA de la empresa Uma Creativa	1. Manual de buenas prácticas ambientales mediante listas de chequeo Uma creativa	Autores del desarrollo de tesis y Uma creativa	*Las actividades que están propuestas en la implementación del manual de buenas prácticas ambientales mediante listas de chequeo tendrá la duración de 1 mes y 1 semana	*El costo aproximado es de 1100 USD	*Participación colaborativa de empleados de Uma creativa	Humanos: *Instructores externos e internos. Materiales: Materiales de oficina, equipos de oficina, eléctricos, contenedores de reciclaje.	*Implementación del manual de buenas prácticas ambientales

2. Diagnóstico Clima laboral, Capacitación virtual, programa de incentivos.	Autores del desarrollo de tesis y Uma creativa	* Las actividades que están propuestas en el diagnóstico de clima laboral y capacitación tendrá una duración de 4 meses y 1 semana	*El costo aproximado es de 700 USD	*Implementación de técnicas activas por parte de los directores de la empresa. *Evaluación de clima laboral	Humanos: Instructores externos. Área de Digital Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales, software	*Implementación de incentivos, capacitación y diagnóstico del clima laboral
3. Manual de buenas prácticas ambientales enfocado a los empleados.	Autores del desarrollo de tesis y Uma creativa	* Las actividades que están propuestas en la implementación del manual de buenas prácticas ambientales tendrá una duración de 4 meses y 1 semana	*El costo aproximado es de 500 USD	* Participación colaborativa de empleados de Uma creativa	Humanos: *Instructores externos e internos. Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales	*Implementación del manual de buenas prácticas ambientales
4. Plan de socialización de Responsabilidad Social Empresarial	Autores del desarrollo de tesis y Uma creativa	* Las actividades que están propuestas en la implementación del plan de socialización de RSE tendrá una duración de 1 meses y 3 días	*El costo aproximado es de 300 USD	* Participación activa y responsable de los empleados y de los invitados de Uma creativa empresa	Humanos: *Instructores externos e internos. Materiales: Fotocopias, computadora y medios audiovisuales, folletos, trípticos	*Implementación del plan de socialización de RSE

	5. Programa de la Comunidad	Autores del desarrollo de tesis y Uma creativa	* Las actividades que están propuestas en la implementación del plan de la comunidad tendrá una duración de 4 meses y 22 días	*El costo aproximado es de 2130 USD	* Programa de acción social aprobado para el año 2015-2016 *Participación colaborativa	Humanos: *Instructores externos e internos. Materiales: Fotocopias, computadora, artículos donados, materiales didácticos	*Implementación del programa de ayuda a la comunidad
TOTAL: POA. PLAN OPERATIVO ANUAL EMPRESA UMA CREATIVA			TIEMPO TOTAL	1 AÑO Y 3 MESES			
			PRESUPUESTO TOTAL	4730 USD			

Nota: elaborado por Tamara Calvas y Andrés Noboa

CONCLUSIONES

- La presente tesis tuvo como objetivo, el investigar la Responsabilidad Social Empresarial y diseñar un modelo para la empresa Uma creativa, con el fin de implementar las estrategias y políticas que abarca la RSE, y que sea un plan de estrategia óptimo para los objetivos institucionales.
- La Responsabilidad Social Empresarial, pretende alcanzar del desarrollo sostenible a través de sus ámbitos económico, ambiental y social.
- La RSE es un compromiso de la empresa para poder identificar falencias y aportar soluciones que sean transparentes y sustentables que fortalezcan las relaciones internas y externas, ayuden a mejorar la calidad de vida de sus talentos, de sus alrededores, contribuyan al cuidado ambiental, promueva causas en pro de ayudar a la sociedad.
- En base a las encuestas que se realizaron a los distintos stakeholders de la empresa, existe una gran acogida para la implementación de un modelo de RSE, pero a la vez existe un gran desconocimiento por parte de empresas, clientes, proveedores y especialmente la comunidad de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial, que puntos abarca, cuáles son sus beneficios, etc. Por lo que los planes de socialización fueron un punto importante para poder ayudar a difundir el tema de RSE.
- El modelo desarrollado ayuda a los trabajadores de la empresa, al cuidado del medio ambiente, motiva el reciclaje y buenas prácticas ambientales, se creó planes de acción social con el fin de ayudar a la sociedad y a los grupos prioritarios en el país; y socialización de la RSE a proveedores, clientes y comunidad.
- Al implantar normas de buenas prácticas ambientales se puede denotar un ahorro en la economía de la empresa al mismo tiempo aportar con un granito al cuidado del medio ambiente, esto se lo puede garantizar gracias al consentimiento por parte de las autoridades de la empresa y personas encargadas de diferentes áreas dentro de la misma, de tal manera que la empresa cuenta con buenas políticas ambientales lo que reduce nuestra labor al concientizar del cuidado al medio ambiente. De tal manera que al hacer recomendaciones son acatadas de mejor manera por el beneficio recibido por parte de los mismos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar una retroalimentación del modelo de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de generar mejores resultados a largo plazo en el ámbito económico, laboral, y social.
- Es importante el compromiso de los directivos de la empresa, así también con sus empleados para poder cumplir con efectividad el modelo de responsabilidad social empresarial.
- Es necesario que la empresa Uma creativa difunda y socialice la información pertinente de la aplicación del modelo de Responsabilidad Social Empresarial, para crear un impacto positivo y buena imagen corporativa frente a sus interesados.
- Generar reuniones con los trabajadores de la empresa con el fin de incentivar a la participación de ideas que ayuden a una mejor comunicación interna, que propongan ideas en pro de ayudar a la comunidad, y que se resuelvan consultas e inquietudes.
- Se recomienda dar charlas del tema y modelo de Responsabilidad Social Empresarial a los clientes y proveedores de la empresa con el fin de difundir las nuevas políticas que implementa la empresa, generar mejores relaciones con los grupos de interés y fortalecer los negocios.
- En el Ecuador la mayoría de las empresas no adoptan la Responsabilidad Social dentro de sus operaciones por lo que se recomienda a la empresa Uma creativa, realizar una campaña publicitaria para difundir este tema y servir como ejemplo de modelo sustentable.

Lista de Referencia:

- LIBRO VERDE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. (Septiembre- Diciembre de 2001). Grupo de Estudios Sociales y Económicos del Tercer Sector, 5,6.
- 26000, N. I. (2010). Norma ISO 26000. En Guías para el desarrollo de Responsabilidad Social.
- Ambiente, C. M. (2011). ONU. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de Informe Brundtland: www.un.org/es/
- Ambiente, C. M. (s.f.). ONU. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de Informe Brundtland: www.un.org/es/
- Antonio Argandoña, Ricardo Isea Silva. (2011). ISO 26000, UNA GUÍA PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES. Cuadernos de la Cátedra " la Caixa de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, 24.
- Baker, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial.
- Baum, J. M. (2013). Sistemas de gestión medioambiental. Ecototal, 42.
- Castilla, J. I. (Julio- Agosto de 2007). NUEVAS HERRAMIENTAS DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL. Obtenido de Propuesta de un modelo holístico de responsabilidad corporativa:
<http://www.madrimasd.org/revista/revista43/tribuna/tribuna1.asp>
- COMISIÓN, L. V. (2002). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Barcelona: Diario Oficial de las Comunidades Europeas.
- creativa, U. (2007). Manifiesto Uma . Quito- Ecuador.
- EUROPEA, L. V. (2002). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Barcelona.
- Friedman, M. (1962). Capitalismo y libertad. Chicago, University of Chicago Press.
- GESES. (2001). LIBRO VERDE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas Respuestas al proceso de consulta . Zaragoza.
- GESES. (2001). Respuestas al Libro Verde.

- Herrera, H. M. (2005). El marco teórico de la responsabilidad social empresarial (Primera Edición ed.). Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Iso26000, N. (noviembre de 2010). Iso Org. Obtenido de Norma Iso 26000: www.iso.org/iso/iso_26000_project
- Kraft, D. (2014). Qué es la ISO 19011. Recuperado el 06 de Noviembre de 2014, de ehowenespanol: http://www.ehowenespanol.com/iso-19011-sobre_84026/
- Kraft, D. (s.f.). Qué es la ISO 19011. Recuperado el 06 de Noviembre de 2014, de ehowenespanol: http://www.ehowenespanol.com/iso-19011-sobre_84026/
- Lizcaino, J. L. (2006). Buen gobierno y responsabilidad social corporativa. 24.
- Momberg, M. R. (2007). Responsabilidad social empresarial (RSE) como ventaja competitiva.
- Momberg, M. R. (2007). RSE como ventaja competitiva.
- Padilla, R. A., & Montenegro, J. S. (2006). La Responsabilidad social de la empresa a debate. Barcelona: Icaria S.A.
- Piloto, G.-P. (2014). Promoción de Gestion ambiental. Recuperado el 19 de Noviembre de 2014, de www.gtz.de
- Social, D. E. (29 de abril de 2002). FAO certificaciones. Recuperado el 10 de octubre de 2014, de certificación SA8000: <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s06.htm>
- Standard, A. S. (2013). AA1000 Stakeholder Engagement Standard. Recuperado el 10 de OCTUBRE de 2014, de AA1000: <http://www.accountability.org/standards/aa1000ses/index.html>
- Standard, A. S. (s.f.). AA1000 Stakeholder Engagement Standard . Recuperado el 10 de OCTUBRE de 2014, de AA1000: <http://www.accountability.org/standards/aa1000ses/index.html>
- Szomstein. (2005). Libro verde de la comisión.
- Unidas, N. (1998). PRotocolo kyoto de la convencion "Marco de las naciones unidas sobre el cambio climatico". Obtenido de <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpspan.pdf>
- Unidas, N. (1998). Protocolo kyoto de la convencion "marco de las naciones unidas sobre el cambio climatico". Obtenido de <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpspan.pdf>

Anexos:

Anexo 1: Listas de chequeo:

El Programa piloto para la promoción de la gestión ambiental en el sector privado en países en desarrollo (P3U) implementado por la Agencia Alemana para la Cooperación Técnica (GTZ) trata de identificar instrumentos para una buena gestión ambiental que sean sencillos, fácilmente aplicables, de bajo costo y a la vez adaptados a las necesidades de pequeñas y medianas empresas Pymes.

GTZ – Programa piloto para la promoción de la gestión ambiental en el sector privado en países en vías de desarrollo (P3U) (Piloto, 2014, pág. 69)

Anexo 2: Encuestas

Cuestionarios de encuestas a clientes, proveedores, empleados y comunidad

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA
CARRERA DE ADMINSTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA UMA CREATIVA

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas.

Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas, se garantiza la confidencialidad de la información, la presente encuesta es con fines académicos.

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____

UBICACIÓN: _____

Subraye las respuestas que considere correctas.

9. ¿Cómo define su grado de satisfacción general con los servicios que ofrece la empresa Uma creativa?
 - a) Completamente satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Insatisfecho
 - d) Completamente insatisfecho

10. ¿Conoce cuáles son los 3 elementos que abarca la Responsabilidad Social Empresarial?
 - a) Económico, rentable y social
 - b) Económico, social y ambiental
 - c) Económico, político y laboral

11. ¿Considera importante la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas.
 - a) Muy importante
 - b) Importante
 - c) Medianamente importante
 - d) Poco importante
 - e) Muy poco importante

12. ¿Cree usted que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de la empresa Una creativa sea un factor positivo o negativo en relación a las actividades comerciales que mantiene con su empresa?

- a) Positiva
- b) Ni positiva ni negativa
- c) Negativa
- d) No sabría decir

13. ¿En qué programa de la comunidad cree usted que deben enfocarse las empresas que adoptan por la Responsabilidad Social Empresarial?

Seleccione solo una opción que crea usted sea la más importante.

- a) Realizar campañas de salud
- b) Realizar campañas de educación
- c) Realizar campañas de vivienda
- d) Crear espacios de recreación
- e) Patrocinar eventos comunales
- f) Realizar donaciones en efectivo
- g) Realizar campañas de reforestación
- h) Realizar obras sociales
- i) Ayudar a grupos prioritarios de la comunidad.

14. ¿Cree usted que una empresa que maneje Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus operaciones tiene:

Seleccione solo una opción que crea usted sea la más importante.

- a) Mayor posicionamiento en el mercado
- b) Mayor lealtad del consumidor
- c) Sostenibilidad del negocio
- d) Captar nuevos clientes
- e) Incremento del valor de las acciones
- f) Atracción de proveedores de calidad
- g) Mejor aceptación social, imagen y reputación

15. ¿Utiliza Responsabilidad Social Empresarial dentro de las políticas de su empresa?

- a) Sí
- b) No

16. ¿Cree usted que todas las empresas deberían aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador?

- a) Sí
- b) No

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA SOCIAL A LA COMUNIDAD

La siguiente encuesta tiene como objetivo dar a conocer el aporte que tiene la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad y las medidas que la empresa Una creativa pueda implementar para la correcta aplicación un modelo de gestión.

Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas, se garantiza la confidencialidad de la información, la presente encuesta es con fines académicos.

GENERO: F..... M..... EDAD:

Subraye las respuestas que considere correctas.

1. ¿Conoce cuáles son los 3 elementos que abarca la Responsabilidad Social Empresarial?
 - a) Económico, rentable y social
 - b) Económico, social y ambiental
 - c) Económico, político y laboral

2. ¿Cree usted que las empresas tienen un modelo de Responsabilidad Social Empresarial que beneficia a la comunidad en que se desarrolla?
 - a) Todas.
 - b) Algunas.
 - c) Ninguna.
 - d) No conozco.

3. ¿Cuál cree usted que es la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador?
 - a) Muy Buena.
 - b) Buena.
 - c) Regular.
 - d) Mala.
 - e) Muy Mala.

4. ¿En qué programa cree usted que debe enfocarse la empresa para ayudar a la comunidad?
Seleccione solo una opción que crea usted sea la más importante.
 - a) Realizar campañas de reforestación.
 - b) Realizar obras sociales.
 - c) Patrocinar eventos comunales.
 - d) Ayudar a grupos prioritarios de la comunidad.

5. ¿Cree usted que la empresa Uma creativa se preocupa por la comunidad?
- a) Siempre.
 - b) Casi siempre.
 - c) Pocas veces.
 - d) Nunca.
 - e) No conozco a la empresa.
6. ¿Cuál cree usted que sea la mejor manera de receptor las necesidades de la comunidad?
- a) Encuestas.
 - b) Ánforas de recepción de peticiones.
 - c) Diálogos con los miembros de la comunidad.
 - d) Investigación de la empresa para proyectos comunitarios.
7. ¿Considera importante que la empresa Uma creativa tenga una política de apoyo a la comunidad?
- a) Sí.
 - b) No.
8. ¿En qué programa de la comunidad cree usted que deben enfocarse las empresas para adoptar Responsabilidad Social Empresarial?
Seleccione solo una opción que crea usted sea la más importante.
- a) Realizar campañas de salud.
 - b) Realizar campañas de educación.
 - c) Realizar campañas de vivienda.
 - d) Crear espacios de recreación.
 - e) Patrocinar eventos comunales.
 - f) Realizar donaciones en efectivo.
 - g) Realizar campañas de reforestación.
 - h) Realizar obras sociales.
 - i) Ayudar a grupos prioritarios de la comunidad.
9. ¿Cree usted que es factible la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad para la empresa Uma creativa?
- c) Sí.
 - d) No.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Encuesta a los empleados de Uma creativa

Género: F.... / M.... Edad:.....

Cargo:.....

Tiempo de trabajo en la empresa:.....

El objetivo de esta encuesta es proporcionar información de los empleados de la empresa Uma creativa sobre la óptica del trabajador enfocada a la responsabilidad social empresarial.

Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas, se garantiza la confidencialidad de la información, la presente encuesta es con fines académicos.

Subraye la respuesta que considera correcta en su empresa

C) Derechos fundamentales no específicos:

10. Al momento de contratación. ¿Cree usted que se produce discriminación racial, por género, condición social?

- a) Definitivamente sí
- b) Probablemente sí.
- c) No estoy seguro
- d) Probablemente no.
- e) Definitivamente no.

11. ¿Considera que el espacio físico es adecuado para trabajar en las oficinas?

- a) Totalmente de acuerdo.
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo.

12. ¿Considera que las actividades asignadas generan un nivel de stress laboral dentro de la empresa?

- a) Definitivamente sí
- b) Probablemente sí.
- c) No estoy seguro
- d) Probablemente no.
- e) Definitivamente no.

13. ¿Cuánto cree usted que se respeta la libertad de pensamiento, frente a hechos que tienen relación al trabajo específico que desempeña? Con respecto a :

Tendencia política

- a) Bastante.
- b) Medio.
- c) Poco.
- d) Nada.

Tendencia religiosa

- a) Bastante.
- b) Medio.
- c) Poco.
- d) Nada.

D) Derechos fundamentales específicos:

14. ¿En qué nivel considera usted que la empresa es flexible con respecto al cumplimiento de la jornada de trabajo en la medida que el cargo lo permita?

- a) Alto.
- b) Medio.
- c) Bajo.
- d) Nada.

15. ¿En qué grado cree usted que la empresa fomenta y facilita la capacitación laboral a los empleados?

- a) Alto.
- b) Medio.
- c) Bajo.
- d) Nada.

16. ¿Qué beneficio piensa que la empresa debería ofrecer a los trabajadores?

- a) Guarderías.
- b) Maternidad.
- c) Seguros médicos.
- d) Becas estudiantiles
- e) Programas incentivos.

17. ¿Está satisfecho y le gusta el trabajo que desarrolla?

- a) Muy satisfecho.
- b) Satisfecho
- c) Insatisfecho
- d) Muy insatisfecho

18. ¿La comunicación interna dentro de su área de trabajo funciona correctamente?
- Totalmente de acuerdo.
 - De acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo.
- C) Encuestas en la óptica del medio ambiente
10. ¿Qué contenedores específicos para reciclar tiene la empresa?
- Cristal.
 - Papel.
 - Cartón.
 - Plástico.
11. ¿Clasifica usted la basura que genera en su oficina?
- Sí.
 - No.
12. ¿Qué aspecto cree que dificultan la clasificación de la basura?
- Falta de espacio para los basureros.
 - Pérdida de tiempo.
 - Desconocimiento de la manera de reciclar.
 - Desconocimiento de las ventajas futuras.
13. ¿Cuál cree Ud. que es el problema ambiental más importante de su empresa?
- Consumo de cigarrillo
 - Desperdicio de útiles de oficina
 - Ruido de las maquinas
 - Desperdicio de energía eléctrica
 - Desperdicio de agua potable
14. ¿Cree que las autoridades de su empresa se preocupan por temas ambientales?
- Definitivamente sí
 - Probablemente sí.
 - No estoy seguro
 - Probablemente no.
 - Definitivamente no.
15. ¿Apoyaría a la Propuesta de una gestión de buenas prácticas ambientales en su empresa?
- Sí.
 - No.

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA
CARRERA DE ADMINSTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA A PROVEEDORES DE LA EMPRESA UMA CREATIVA

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas.

Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas, se garantiza la confidencialidad de la información, la presente encuesta es con fines académicos.

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____

UBICACIÓN: _____

Subraye las respuestas que considere correctas.

1. ¿Cómo define sus relaciones comerciales con la empresa Uma creativa?
 - a) Muy buena
 - b) Buena
 - c) Mala
 - d) Regular

2. ¿Conoce cuáles son los 3 elementos que abarca la Responsabilidad Social Empresarial?
 - d) Económico, rentable y social
 - e) Económico, social y ambiental
 - f) Económico, político y laboral

3. ¿Considera importante la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas.
 - a) Muy importante
 - b) Importante
 - c) Medianamente importante
 - d) Poco importante
 - e) Muy poco importante

4. ¿Cree usted que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de la empresa Uma creativa sea un factor positivo o negativo en relación a las actividades comerciales que mantiene con su empresa?
 - a) Positiva
 - b) Ni positiva ni negativa
 - c) Negativa
 - d) No sabría decir

5. ¿En qué programa de la comunidad cree usted que deben enfocarse las empresas que adoptan por la Responsabilidad Social Empresarial?

Seleccione solo una opción que crea usted sea la más importante.

- j) Realizar campañas de salud
- k) Realizar campañas de educación
- l) Realizar campañas de vivienda
- m) Crear espacios de recreación
- n) Patrocinar eventos comunales
- o) Realizar donaciones en efectivo
- p) Realizar campañas de reforestación
- q) Realizar obras sociales
- r) Ayudar a grupos prioritarios de la comunidad.

6. ¿Cree usted que una empresa que maneje Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus operaciones tiene:

Seleccione solo una opción que crea usted sea la más importante.

- a) Mayor posicionamiento en el mercado
- b) Mayor lealtad del consumidor
- c) Sostenibilidad del negocio
- d) Captar nuevos clientes
- e) Incremento del valor de las acciones
- f) Atracción de proveedores de calidad
- g) Mejor aceptación social, imagen y reputación

7. ¿Utiliza Responsabilidad Social Empresarial dentro de las políticas de su empresa?

- e) Sí
- f) No

8. ¿Cree usted que todas las empresas deberían aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador?

- a) Sí
- b) No