

**Escuela Superior Politécnica del Litoral**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Plan estratégico de responsabilidad social corporativa para una empresa de servicio  
de galvanizado en la ciudad de Guayaquil

ADMI-1117

**Proyecto Integrador**

Previo la obtención del Título de:

**Licenciatura en Administración de Empresas**

Presentado por:

Arianna Stephanie Ulloa Florencia

Tamara Del Rocío Valle Gill

Guayaquil - Ecuador

Año: 2024

## **Dedicatoria**

---

Dedico el esfuerzo de este trabajo a mis padres, por su apoyo y amor incondicional, a quienes les dedico todos mis logros y quienes son mi razón de ser. Todos mis logros son un reflejo de su amor, esfuerzo y enseñanzas. A mis hermanos, Michelle y Gustavo, por estar a mi lado en cada momento y ser pilares fundamentales en mi vida. A mi sobrina Isabella, por ser luz en mi vida, ser mi fuente de inspiración y empujarme a ser cada día mejor. A Anthony, quien está a mi lado en cada momento y cuyo apoyo es fundamental para mí.

A Mila, por haber sido mi fiel compañía en los interminables días de clases y las malas noches. Sigues siendo mi inspiración.

A los mencionados, gracias, porque sin ustedes nada de esto fuera posible.

**Arianna Ulloa Florencia**

## **Dedicatoria**

---

Dedico este proyecto a mi familia, mi mayor fuente de fortaleza. A mi padre Remigio, por ser mi apoyo fundamental desde siempre, guiándome con su sabiduría y dedicación hasta el día de hoy. A mi madre Mabel, por estar siempre a mi lado con su presencia y cariño. A mis hermanos Julieth y Wagner, por su constante apoyo y por ser mi refugio en los momentos más difíciles, y a mi sobrina Jorley, quien es esa luz en mi vida - que me llena de alegría y motivación en cada paso de este camino. A cada uno de ustedes, mi más profundo agradecimiento, sin ustedes este logro no habría sido posible.

**Tamara Valle Gill**

## Agradecimientos

---

Mi más sincero agradecimiento a Dios por permitirme cumplir una meta más y estar a mi lado en cada paso que doy.

A las personas más importantes de mi vida, mis padres, César Ulloa y Lorena Florencia. Todo lo que soy es gracias a ustedes. Son mi pilar fundamental, mi mayor fortaleza y motivación. A mis hermanos, gracias por todos los consejos y su acompañamiento a lo largo de mi vida. A Isa, por su dulzura y ocurrencias, por motivarme cada día.

A Anthony, por ser mi equipo y ser mi apoyo en todo momento. Gracias por tu amor y por ser parte de mi vida.

A Tamara, porque lo que una vez soñábamos, se hizo realidad. Tu amistad y apoyo fue fundamental para poder alcanzar esta meta.

**Arianna Ulloa Florencia**

## Agradecimientos

---

Mi más profundo y sincero agradecimiento a Dios, por permitirme alcanzar esta meta. Su guía ha sido mi fuerza y esperanza en cada paso.

A mis padres, por ser la base sólida de mi ser. Cada paso que he dado, cada logro alcanzado, es un reflejo de su apoyo constante y de las enseñanzas que me han transmitido a lo largo de mi vida.

A la ESPOL, por moldearme como una profesional competente, dotándome del conocimiento y las habilidades necesarias para enfrentar los retos con confianza y éxito.

A mi compañera, Arianna, por compartir alegrías y tristezas en cada etapa de este recorrido. Gracias por tu apoyo incansable, es un verdadero honor saber que logramos este sueño juntas.

**Tamara Valle Gill**

## Declaración Expresa

---

Nosotras Tamara del Rocío Valle Gill y Arianna Stephanie Ulloa Florencia acordamos y reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por nosotras durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique los autores que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, miércoles 16 de Octubre del 2024.



---

Tamara del Rocío Valle  
Gill



---

Arianna Stephanie Ulloa  
Florencia

## **Evaluadores**

---

**MSc. Olga Cristina Martín Moreno**

Profesor de Materia

---

**MSc. Olga Cristina Martín Moreno**

Tutor de proyecto

## Resumen

El presente estudio analiza la situación actual de una empresa que brinda servicios de galvanizado en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Esto se realizó por medio de una evaluación de sus prácticas actuales de responsabilidad social corporativa. De esta forma, se diseñó un plan estratégico de RSC con iniciativas aplicables que cumplan con el presupuesto establecido por la empresa en cuestión, abarcando estrategias dentro de los ejes social, ambiental y económico. Estas iniciativas incluyen la incorporación de energías renovables en la empresa, una correcta gestión de residuos y promoción de la participación de los colaboradores en actividades sostenibles tanto en la organización como en la comunidad. Es así como, por medio de herramientas de investigación de mercados como entrevistas, encuestas y observación encubierta; se lograron identificar las expectativas de los grupos de interés y la importancia otorgada en participar en acciones sostenibles por parte de la fuerza laboral. Este proyecto simboliza una visión estratégica e innovadora con la intención de mejorar la sostenibilidad y competitividad de la empresa dentro del sector. Además, se busca servir de referencia para otras empresas cuyo giro de negocio sea similar y sus recursos sean limitados en cuanto a la implementación de prácticas responsables en sus operaciones.

**Palabras clave:** Responsabilidad social corporativa, galvanizado, sostenibilidad, agentes.

### ***Abstract***

*The present study analyzes the current situation of a company that provides galvanizing services in the city of Guayaquil, Ecuador. This was achieved through an evaluation of its current corporate social responsibility (CSR) practices. Accordingly, a strategic CSR plan was designed with applicable initiatives that align with the company's established budget, encompassing strategies within the social, environmental, and economic pillars. These initiatives include the incorporation of renewable energy into the company, proper waste management, and the promotion of employee participation in sustainable activities both within the organization and the community. Through market research tools such as interviews, surveys, and covert observation, the expectations of stakeholders and the importance placed by the workforce on participating in sustainable actions were identified. This project represents a strategic and innovative vision aimed at improving the company's sustainability and competitiveness within the market. Moreover, it seeks to serve as a reference for other companies with similar business models and limited resources for implementing responsible practices in their operations.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, galvanized, sustainability, stakeholders.*

## Índice general

Resumen .....	I
<i>Abstract</i> .....	II
Abreviaturas .....	VI
Capítulo 1 .....	1
1.    Introducción .....	2
1.1    Descripción del Problema.....	3
1.2    Justificación del Problema.....	3
1.3    Objetivos.....	4
1.3.1    Objetivo general .....	4
1.3.2    Objetivos específicos.....	4
1.4    Marco teórico.....	4
1.5    Análisis Situacional .....	6
1.5.1    Descripción de la empresa.....	6
1.5.2    Análisis FODA .....	7
1.5.3    Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	9
Capítulo 2 .....	12
2.    Marco Metodológico .....	13
2.1    Fase I: Empatizar .....	13
2.1.1    Mapa de actores.....	13
2.1.2    Matriz de Stakeholders .....	14

2.1.3	Mapa de empatía .....	16
2.2	Fase II: Definir.....	17
2.2.1	PDG y PIM.....	17
2.2.2	Método de investigación .....	19
2.2.3	Tipo de investigación .....	19
2.2.4	Unidad de estudio, población y muestra .....	20
2.3	Fase III: Idear.....	21
2.3.1	Instrumentos de recolección de datos.....	21
2.4	Tratamiento de la información .....	25
Capítulo 3 .....		27
3.	Resultados y análisis .....	28
3.1	Encuestas .....	28
3.2	Entrevistas .....	29
3.3	Técnica de observación .....	30
3.4	Fase IV: Prototipar.....	31
3.4.1	Plan estratégico de responsabilidad social corporativa .....	32
3.5	Fase V: Evaluar .....	41
3.5.1	Matriz de feedback .....	41
4.	Conclusiones y recomendaciones.....	42
4.1	Conclusiones.....	42
4.2	Recomendaciones .....	44

5. Referencias .....46

6. Apéndices .....49

**ABREVIATURAS**

RSC	Responsabilidad social corporativa
ISO	Internacional organization for standardization
FODA	Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas
PIM	Problema de investigación de mercados
PDG	Problema de decisión gerencial
LED	Light emitting diode

## Índice de figuras

Figura 1 Matriz FODA .....	8
Figura 2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	11
Figura 3 Mapa de actores .....	14
Figura 4 Matriz de stakeholders .....	16
Figura 5 Mapa de empatía .....	17
Figura 6 Saturar y agrupa .....	18
Figura 7 Lluvia de ideas .....	25
Figura 8 Matriz de feedback.....	42
Figura 9 ¿A qué departamento pertenece? .....	50
Figura 10 ¿Conoce lo que significa la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)? .....	51
Figura 11 ¿Ha recibido capacitaciones o charlas sobre la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial?.....	52
Figura 12 ¿Considera que la empresa invierte y se esfuerza por introducir prácticas socialmente responsables dentro de sus funciones diarias? .....	53
Figura 13 ¿Cuál de los siguientes ejes de la sostenibilidad considera usted que la empresa debería priorizar?.....	53
Figura 14 ¿Considera que la empresa podría tener un mayor impacto en el ámbito social mediante un mayor involucramiento y comunicación con la comunidad? .....	54
Figura 15 ¿Estaría interesado en conocer acerca de los planes de responsabilidad social de la empresa y los resultados obtenidos de este? .....	55
Figura 16 ¿Estaría dispuesto a emprender actividades que sean sostenibles con el medio ambiente? .....	55

Figura 17 ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que deberían ser prioridad en referencia a la mejora de la sostenibilidad económica?.....	56
Figura 18 ¿Considera que el ahorro de energía eléctrica dentro de la empresa debe ser una prioridad dentro de un plan de sostenibilidad?.....	57

### Índice de tablas

Tabla 1 PIM y PDG.....	18
Tabla 2 Plan estratégico de responsabilidad social corporativa.....	34
Tabla 3 Implementación de pausas activas en las jornadas laborales .....	58
Tabla 4 Organización de talleres internos .....	59
Tabla 5 Implementación de un programa de beneficios para las mejores calificaciones.....	60
Tabla 6 Convenio de prácticas preprofesionales con estudiantes de bachillerato de colegios locales.....	61
Tabla 7 Implementación de un programa de mentorías .....	62
Tabla 8 Iniciativas "Cumpleaños del mes" .....	63
Tabla 9 Organización de festividades .....	64
Tabla 10 Creación de puntos ecológicos en las instalaciones de la empresa.....	65
Tabla 11 Etiquetar los productos con información sobre el impacto ambiental de su fabricación .....	65
Tabla 12 Contratar a un experto ambiental para ofrecer talleres sobre reciclabilidad y el impacto ambiental de los productos en la empresa .....	66
Tabla 13 Proveer a los empleados tomados para fomentar el consumo de agua responsable ...	67
Tabla 14 Sustituir vasos, platos y cubiertos desechables por opciones reutilizables .....	67
Tabla 15 Sustituir vasos desechables por opciones biodegradables .....	68

Tabla 16 Instalar focos con sensores automáticos de iluminación para reducir el consumo de energía .....	69
Tabla 17 Instalar grifos con temporizadores para reducir el consumo de agua .....	69
Tabla 18 Diseñar una infraestructura de paneles solares en el techo de la empresa para generar energía renovable .....	70
Tabla 19 Indicadores de desempeño .....	72

## **Capítulo 1**

## 1. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad Social Corporativa ha tenido una mayor relevancia en los últimos años debido a la necesidad de aumentar el cuidado del medio ambiente y de los recursos destinados para uso industrial. Siendo así, esta se considera como una estrategia de crecimiento empresarial que inicia al otorgarle prioridad a las actividades que afectan, sea positiva o negativamente, a la calidad de vida de los grupos de interés (Andrade, 2021). De la misma forma, el objetivo de la aplicación de estas iniciativas nace desde el compromiso voluntario de las empresas, con la finalidad de contribuir con el desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad (Sánchez, 2023).

Tomando en consideración lo previamente mencionado, es de relevancia recalcar que al aplicar un plan de RSC, la empresa toma como necesidad la optimización del modelo estratégico de gestión de empresas e industrias, lo que requiere de la participación de todos los grupos de interés y cuyos resultados impactan en los ejes económico, social y ambiental (Ponce & Cevallos, 2024).

Siendo así, para el presente trabajo se ha identificado una empresa que brinda servicios de galvanizado en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Esta empresa, al encontrarse en una situación organizacional y económicamente compleja, considera que la aplicación de un plan de responsabilidad social es clave para el crecimiento empresarial visto desde varias aristas pero que, el desarrollo de estas estrategias, conllevan de esfuerzos adicionales. Es así como, mediante el uso de herramientas para la obtención de datos cuantitativos como las encuestas y cualitativos como las entrevistas, se analizaron factores internos de la organización para identificar sus necesidades y las de sus colaboradores. De esta forma, se determinaron estrategias e iniciativas socialmente responsables de acuerdo con los recursos disponibles de la empresa para que puedan ser aplicadas sin afectar su funcionamiento.

## **1.1 Descripción del Problema**

La responsabilidad social corporativa ha cobrado una importancia creciente en diversas industrias a nivel global en los últimos años. Hoy en día, las empresas no solo pretenden incrementar sus beneficios económicos, sino también contribuir de manera activa al cuidado del medio ambiente y al bienestar de la comunidad. Aquellas que se destacan por ser socialmente responsables suelen ser, en su mayoría, grandes corporaciones, mientras que las pequeñas y medianas empresas permanecen rezagadas en este aspecto (Ormaza et al., 2020).

En este contexto, en la ciudad de Guayaquil se ha identificado una mediana empresa dedicada al servicio de galvanizado, parte del sector manufacturero, que no ha implementado un plan estructurado de responsabilidad social corporativa que oriente sus actividades diarias. Se considera que la ausencia de este enfoque representa un riesgo significativo para el negocio, puesto que revela una falta de conciencia entre sus colaboradores y un deterioro de la reputación con respecto a las tendencias actuales.

## **1.2 Justificación del Problema**

Es de considerable importancia tratar esta problemática debido a la creciente presión que tienen las industrias para ser socialmente responsables y sostenibles con el ecosistema (Herrera et al., 2020). Disponer de un plan estratégico de responsabilidad social permitirá que la empresa estudiada vincule sus operaciones a las expectativas de la sociedad y regulaciones que se encuentran vigentes. La aplicación de prácticas sostenibles dentro de la empresa en cuestión resultaría en una mejorar su rendimiento ambiental, fortalecimiento de su reputación y posicionamiento en el mercado.

El desarrollo de la actividad económica y el crecimiento de las empresas resultan en una afectación dentro de la sociedad, reflejando así la importancia de prácticas autorreguladas, limitando el daño y la explotación de recursos naturales y humanos (Salazar & Calle, 2022). Es

necesario mencionar que la adopción de acciones sostenibles dentro de pequeñas y medianas empresas es una práctica considerablemente nueva, es decir, una tendencia que se ha arraigado en los últimos años. La integración efectiva de la RSC, mejoran la competitividad y contribuyen al desarrollo sostenible de las comunidades (Vallejo et al., 2024).

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Desarrollar un plan estratégico de responsabilidad social corporativa que promueva la adopción de prácticas sostenibles en una empresa de servicio de galvanizado en la ciudad de Guayaquil.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

1. Evaluar el impacto ambiental y social de las operaciones de la empresa para identificar oportunidades de mejora en cuanto a sostenibilidad y responsabilidad social corporativa de la empresa de servicio de galvanizado.
2. Identificar las expectativas de los stakeholders en relación con las iniciativas de responsabilidad social corporativa.
3. Proponer estrategias específicas que la empresa puede implementar para optimizar su desempeño en los ámbitos social, económico y ambiental.

### **1.4 Marco teórico**

La responsabilidad social consiste en operar de forma consciente teniendo en cuenta el impacto que tienen las decisiones de las empresas en la sociedad y el medio ambiente, al demostrar un comportamiento ético y transparente que aporte al desarrollo sostenible (ISO, 2010). De la misma forma Pitre et al. (2020), plantea que la RSC ha evolucionado puesto que ya no solo se centra en la filantropía, sino en el compromiso que las organizaciones deciden asumir

para gestionar sus actividades considerando el bienestar del medio ambiente y de la sociedad en cuanto a dimensiones éticas, sociales y económicas.

Es de considerable importancia mencionar que la sostenibilidad, en principio, no niega ni desacredita el uso de recursos naturales. Por el contrario, pregona el uso racional de estos para fomentar el progreso económico, empresarial, social y medioambiental (Rengifo et al., 2022). De este modo, las empresas se encaminan hacia el éxito organizacional con la mejora de la reputación de la marca, el desarrollo de la lealtad de los clientes y la satisfacción de los empleados. Es decir, la adopción de esta se traduce en óptimos resultados financieros y sostenibilidad en el largo plazo (Costa y Fonseca, 2022).

Por otro lado Vidal (2020), indica que la responsabilidad social consta de tres dimensiones: económica, social y ambiental. La primera de estas se basa en que la empresa pueda obtener utilidades al mismo tiempo que participe en proyectos que impulsen el desarrollo sostenible de los colaboradores y comunidades. En cuanto al enfoque social, este se basa en la mejora de la calidad de vida de los grupos de interés involucrados y el progreso de las áreas de influencia en las que opera. Por último, el eje ambiental se refiere a la obligación de la conservación de los entornos por medio de las prácticas sostenibles dentro y fuera de la organización.

De la misma forma, Aceros Arequipa (2021) en su reporte de sostenibilidad, destacó sus estrategias de responsabilidad social, como la adopción de una economía circular mediante el uso de chatarra metálica para fabricar acero 100% reciclable. Asimismo, implementaron tecnologías avanzadas, como los aéro enfriadores, que reducen la pérdida de agua por evaporación y sistemas de recuperación de agua para el lavado de filtros de grava en las plantas de laminación, permitiendo su reutilización sin químicos. Además, instalaron plantas de tratamiento de aguas residuales domésticas para el riego de áreas verdes.

## **1.5 Análisis Situacional**

### **1.5.1 Descripción de la empresa**

La empresa sobre la cual se basa el presente proyecto se encarga de brindar soluciones en metalmecánica y servicios de galvanizado. Esta empresa es una sociedad anónima según su registro en la Superintendencia de Compañías. Asimismo, esta tiene más de treinta años dentro del mercado ecuatoriano, teniendo una basta trayectoria y experiencia dentro del mismo. Su matriz se encuentra ubicada en la vía a Daule, en la ciudad de Guayaquil.

La actividad principal de esta empresa, según el Servicio de Rentas Internas, es la de la “fabricación de puertas y ventanas de metal y sus marcos (incluso enrollables), postigos (puertas) y portales, balcones, escaleras, rejas, tabiques de metal para fijar el suelo, entre otras actividades relacionadas”. Es de considerable relevancia mencionar que esta empresa trabaja bajo estándares internacionales para el control de materias primas, procesos de fabricación y, finalmente, el producto que entregan a los clientes. Es así como aseguran que este producto presente rigurosos estándares y que este sea de calidad.

Esta empresa de servicios de galvanizado presenta distintas líneas de negocio dentro de su portafolio, entre estos se encuentra:

1. Acero
2. Metalmecánica
3. Infraestructura

Es necesario mencionar, asimismo, que esta empresa tiene una administración familiar. Esto quiere decir que las decisiones gerenciales presentes en esta empresa dependen del núcleo familiar. Por otro lado, esta mediana empresa cuenta con un capital reportado a la Superintendencia de Compañías de \$639.512,00.

## **1.5.2 Análisis FODA**

El análisis FODA se basa en la realización de una evaluación interna y externa de factores. Esta herramienta es de gran utilidad para la obtención de una perspectiva general de la situación estratégica de la empresa (Sarli et al., 2015). De esta forma, se procede a realizar el análisis FODA de la empresa objeto de estudio.

### **1.5.2.1 Fortalezas**

La trayectoria y experiencia dentro del mercado ecuatoriano es una de las principales fortalezas dentro de la empresa en cuestión. Esta trayectoria da paso, a su vez, a presentar confianza y fidelidad por parte de clientes ya existentes durante los últimos años, entre estos se incluyen empresas privadas e instituciones gubernamentales.

Por otro lado, durante todos sus años de actividades, se ha logrado mantener un mercado establecido. Esto es de considerable importancia, puesto que, de esta forma se ha designado un cliente y un nicho de mercado en el cual se puede desarrollar.

### **1.5.2.2 Oportunidades**

En la actualidad, las oportunidades para esta industria dentro del mercado ecuatoriano son limitadas. No obstante, se espera mejorar la inversión en proyectos que involucren la metalmecánica.

### **1.5.2.3 Debilidades**

Las debilidades dentro del análisis FODA hacen referencia a aspectos negativos internos que afectan las actividades diarias dentro de la empresa. Es así como se considera que una de las debilidades principales dentro la compañía es el factor de que esta posea una administración familiar. Este tipo de administración conlleva a otro tipo de problemas internos como lo es la falta de organización dentro de los departamentos administrativos. Asimismo, la falta de cultura

organizacional dentro de la empresa hace que nuevos colaboradores carezcan de sentido de pertenencia y fidelidad hacia la misma.

#### 1.5.2.4 Amenazas

Las amenazas hacen referencia a factores externos que puedan afectar negativamente las funciones diarias dentro de la empresa. La empresa, al igual que una considerable cantidad de otras empresas dentro del país, mantienen la falta de inversión del estado en proyectos como una amenaza para el mercado. Esto se traduce a una falta de proyectos estatales, gubernamentales y de inversión privada. Esto quiere decir que existe menos demanda para los productos y servicios que oferta esta compañía. Por otro lado, la falta de mantenimiento de infraestructuras y proyectos previamente realizados por parte de organizaciones públicas y privadas debido a la recesión económica del Ecuador hace que existan menos recursos disponibles para la inversión.

**Figura 1**

*Matriz FODA*

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Esta empresa mantiene más de 30 años dentro del mercado ecuatoriano.</li> <li>•Mantiene un mercado esablecido dentro de su cartera de clientes.</li> <li>•Posee fidelidad por parte de sus clientes.</li> <li>•Mantiene dentro de sus colaboradores a personas con experiencia y con sentido de pertenencia a la compañía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Posible aumento de inversión por instituciones gubernamentales.</li> <li>•Posible estabilidad nacional con cambio de jefe de estado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•La empresa en cuestión posee administración familiar.</li> <li>•Falta de organización interna dentro de los departamentos administrativos.</li> <li>•Falta de cultura organizacional dentro de los trabajadores de la compañía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Falta de inversión por parte del Estado.</li> <li>•Falta de proyectos estatales y de proyectos gubernamentales.</li> <li>•Inestabilidad política y económica</li> </ul>

**Nota:** Elaboración propia de la matriz FODA considerando la información de la empresa en cuestión.

### 1.5.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

El modelo de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta comúnmente utilizada para analizar el nivel de competencia y rentabilidad de una industria. Por esta razón, cuando se da la interacción entre las diferentes fuerzas se puede evaluar el potencial del beneficio de la industria y en base a esto diseñar estrategias competitivas que optimicen la participación en el mercado (Khurram et al., 2020).

En la figura 2 se muestra el modelo de las cinco fuerzas de Porter para la entidad examinada.

Al realizar el análisis se identificó lo siguiente para cada una de las fuerzas:

- Rivalidad competitiva: En el país, la competencia entre empresas que proporcionan el servicio de galvanizado se considera intensa, por el motivo de que muchas organizaciones desean captar clientes que pertenecen a un mismo nicho de mercado. Además de que el principal cliente de estas empresas suele ser el Estado ecuatoriano, ya que es el encargado de ejecutar grandes proyectos que requieren de estructuras y piezas galvanizadas. En los últimos años estos proyectos han disminuido a causa de la crisis financiera que vive el país. Por otro lado, entre los potenciales competidores de la empresa estudiada se encuentran empresas como: Galvamet, Novacero, Fadhelec, Ipac, Tuval, Megametales, Disensa, entre otras.
- Poder de los proveedores: Los proveedores que se identificaron son los que se encargan de suministrar materiales como el acero, zinc, productos químicos y maquinarias. La empresa estudiada al día de hoy tiene un único proveedor de materia prima, quién provee el 99.9% del acero utilizado en el proceso productivo. Asimismo, se tienen otros proveedores que proporcionan a la empresa insumos en menor cuantía entre los que sobresale una empresa extranjera encargada de abastecerlos de zinc. Finalmente, se pudo

notar que su poder de negociación es moderado, puesto que existe la flexibilidad de elegir proveedores de acuerdo a la calidad, el precio y las condiciones de entrega que ofrezcan.

- Poder de los clientes: Entre los principales clientes detectados se encuentra principalmente el Estado ecuatoriano; seguido de empresas de construcción, telecomunicaciones, energía, entre otras. Por esta razón, se determinó que los clientes tienen un poder alto de negociación, puesto que, al tener una gama de opciones de empresas que brinden el servicio de galvanizado pueden optar por la que cumpla con sus expectativas.
- Amenaza de nuevos entrantes: En cuanto a la entrada de nuevos competidores a la industria, esta es catalogada como moderada. Esto se debe a que, para ingresar al mercado, es necesario invertir en maquinaria especializada, enfrentarse a la competencia continua y contar con experiencia en el negocio.
- Amenaza de productos sustitutos: Esta fuerza se considera como moderada ya que, el galvanizado sigue siendo elegido por clientes a pesar de existir métodos alternativos como recubrimientos de pintura y anodización. Puesto que, garantiza resistencia y durabilidad.

**Figura 2***Análisis de las 5 fuerzas de Porter*

**Nota:** Elaboración propia del modelo de las cinco fuerzas de Porter considerando la información de la empresa en cuestión.

## **Capítulo 2**

## **2. MARCO METODOLÓGICO**

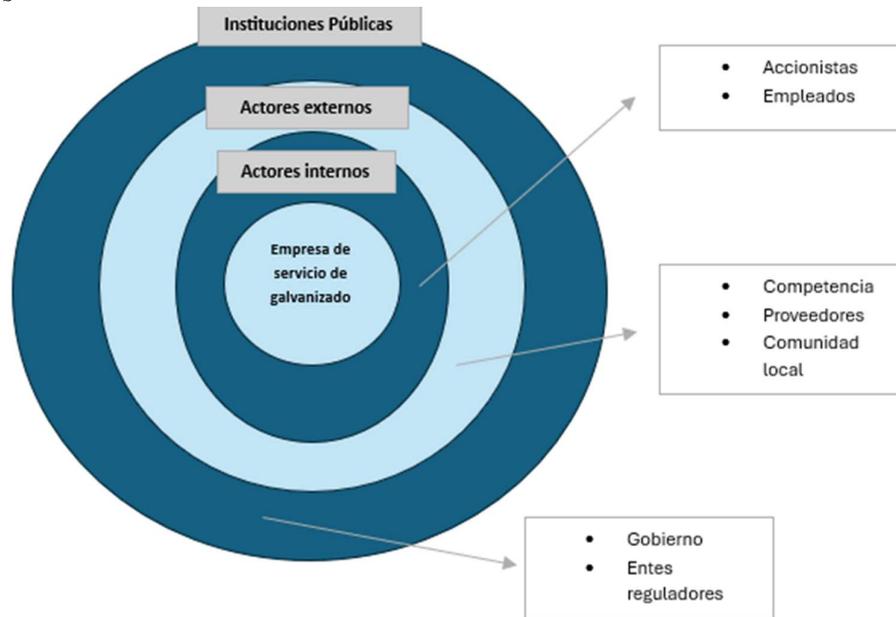
Tapia y Villareal (2020) indican que, en la actualidad las empresas para resolver los problemas que surgen día a día hacen uso de la metodología Design Thinking. Este enfoque radica en la resolución creativa de problemas a través de cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Por esta razón, en el presente proyecto se utilizó la metodología Design Thinking para la creación del plan estratégico de responsabilidad social de la empresa estudiada. A continuación, se describen cada una de las etapas ejecutadas.

### **2.1 Fase I: Empatizar**

El proceso de design thinking inicia con la comprensión de las necesidades que tiene el usuario para la resolución del problema identificado, por lo que es fundamental entenderlas para generar alternativas alineadas a su realidad. Con este objetivo, se realizaron entrevistas preliminares al gerente de la empresa de servicio de galvanizado y a una ejecutiva del área administrativa. En estas se obtuvieron datos valiosos que ayudaron a comprender la situación de la empresa en términos generales y además, se determinaron los stakeholders relacionados a la investigación en cuanto a la responsabilidad social corporativa en sus operaciones.

#### **2.1.1 Mapa de actores**

Mediante la creación del mapa de actores se identificaron los diferentes participantes dentro del negocio en el que interviene el objeto de estudio. Como se puede observar en la figura 4 los actores internos son los accionistas y empleados; los actores externos la competencia, proveedores y la comunidad. Por último, se categorizó al gobierno y entes reguladores como instituciones públicas. Este mapa fue de crucial ayuda para la elaboración de la matriz de stakeholders, ya que permitió identificar las relaciones e impacto que tienen los actores en la empresa.

**Figura 3***Mapa de actores*

### 2.1.2 Matriz de Stakeholders

Según Benitez (2023), el análisis de stakeholders es una herramienta que permite identificar y evaluar de forma eficiente y eficaz a las partes interesadas de una organización para determinar su nivel de interés y poder en ella. Por lo que inicialmente se definieron las partes interesadas en la empresa estudiada. A continuación, se detallan:

- Clientes: Estado ecuatoriano, empresas y personas que requieren piezas galvanizadas.
- Empleados: Trabajadores de la empresa, incluyendo personal administrativo y operadores de planta.
- Proveedores: Empresas nacionales e internacionales que suministran materiales, insumos y materias primas.
- Comunidad local: Residentes y comercios cercanos a las instalaciones, afectados por la operación de la empresa.

- Gobierno y entes reguladores: Entidades que supervisan el cumplimiento de normativas ambientales, laborales y de seguridad.
- Competencia: Empresas que ofrecen servicios de galvanizado o que operan en la misma industria.
- Accionistas: Inversionistas y propietarios cuyo interés gira en torno a la rentabilidad y sostenibilidad de la organización.

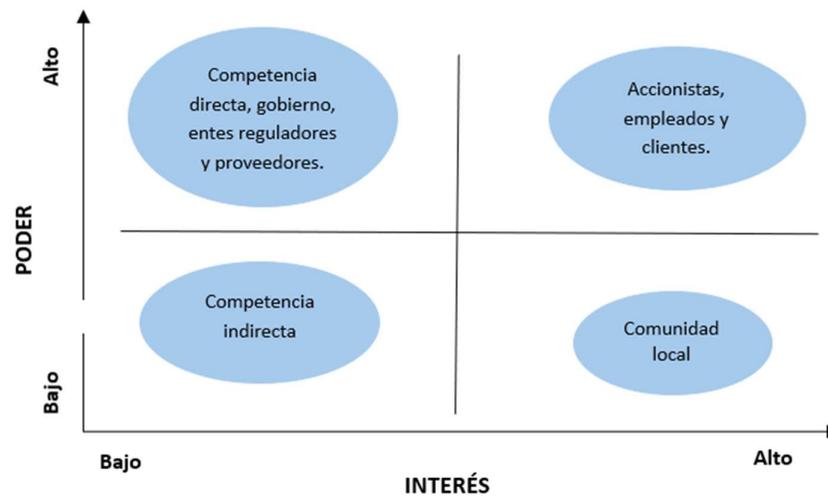
Luego de identificar a los stakeholders, se procedió con la construcción de la matriz de partes interesadas como se muestra en la Figura 4. En donde se obtuvo el siguiente análisis en cuanto a los cuatro cuadrantes.

- Alto poder y alto interés: Este grupo incluye a accionistas, empleados y clientes, quienes tienen tanto una influencia significativa como un alto interés en el negocio; debido a que, buscan el progreso de la empresa mediante la obtención de un beneficio.
- Alto poder y bajo interés: En este cuadrante se encuentran la competencia directa, el gobierno, los organismos reguladores y los proveedores. Aunque tienen un poder considerable, su interés en la empresa no es constante, ya que no dependen directamente del éxito de la organización.
- Bajo poder y alto interés: En esta sección se sitúa la comunidad local, la cual tiene una influencia limitada en las operaciones de la empresa, pero demuestra un interés constante en sus actividades y su impacto. Además, se identificó que en la actualidad la empresa estudiada no afecta a las comunidades aledañas, puesto que cuenta con una licencia ambiental que asegura su correcto funcionamiento.
- Bajo poder y bajo interés: En este cuadrante se ubicó la competencia indirecta como, donde se destacan empresas que brindan servicios sustitutos al galvanizado como recubrimiento con pintura industrial, polvo, poliméricos, anodizado o incluso empresas

que brinden mantenimientos preventivos y de limpieza de las piezas y estructuras. Esta representa una baja amenaza para la industria debido a su mínima influencia y su reducido interés en la empresa.

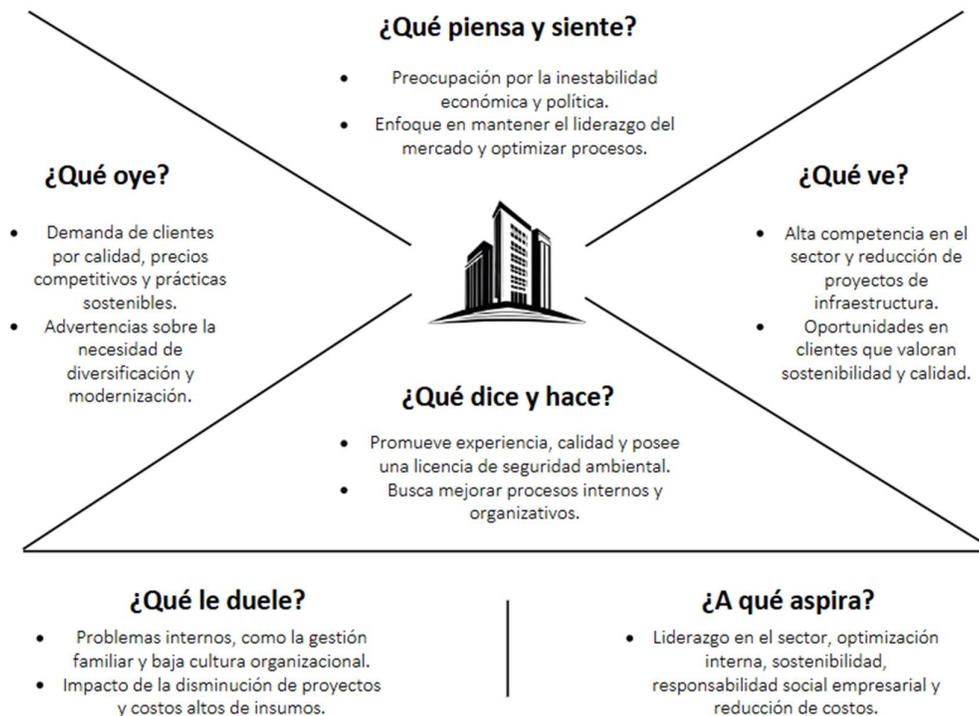
**Figura 4**

*Matriz de stakeholders*



### 2.1.3 Mapa de empatía

Las entrevistas preliminares permitieron conocer la información la situación actual de la organización, lo que dio lugar a conocer ¿qué piensa y siente?, ¿qué oye?, ¿qué ve?, ¿qué dice y hace?, ¿a qué aspira? y ¿qué le duele? al objeto de estudio.

**Figura 5***Mapa de empatía*

## 2.2 Fase II: Definir

En la etapa de definición de buscó cernir la información recopilada en la etapa de empatizar con el fin de hallar el problema a resolver. Por esta razón, en esta etapa se lograron definir el problema de investigación de mercados (PIM) y el problema de decisión gerencial (PDG).

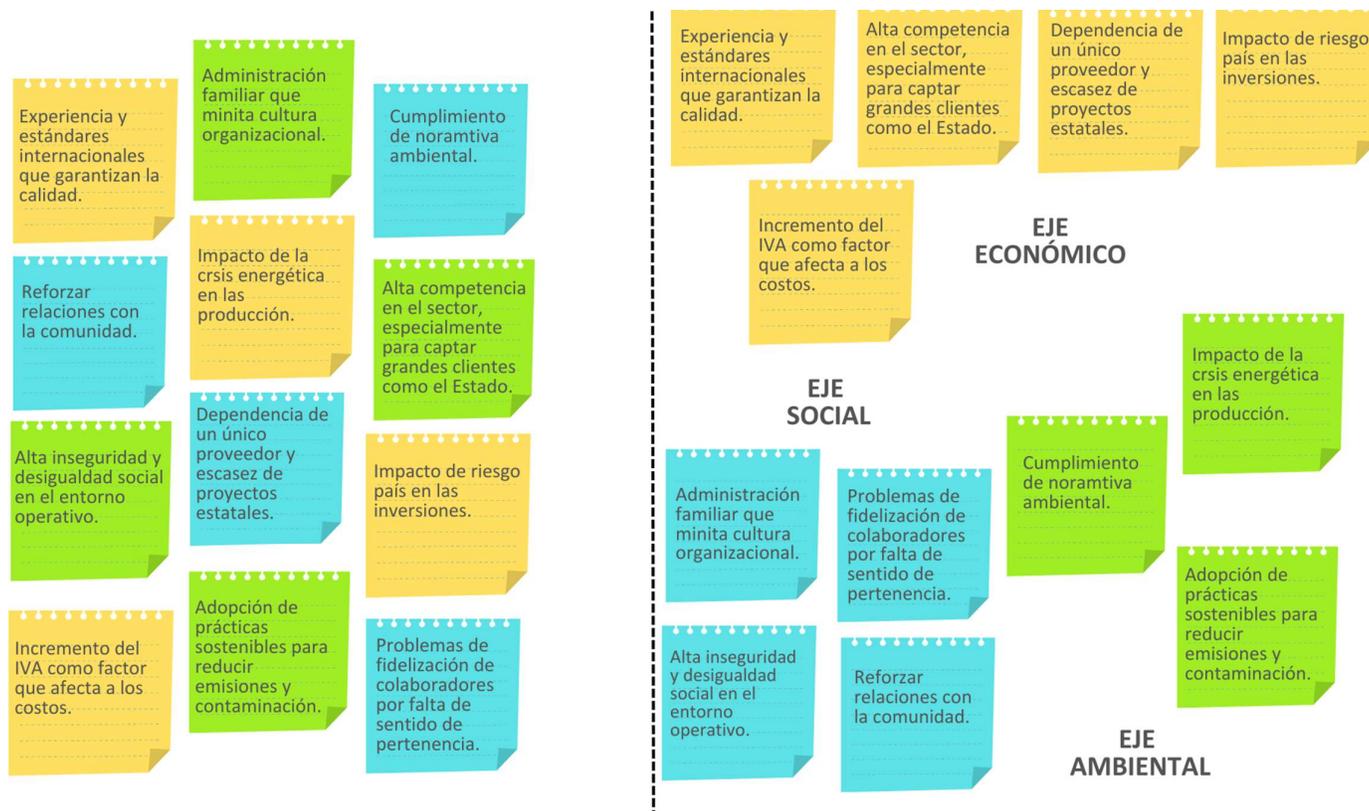
### 2.2.1 PDG y PIM

Para la definición de los enfoques se hizo uso de la herramienta satira y agrupa, en donde inicialmente se trasladó la información recopilada que más se destacaba a post its y luego se los agrupó en base a los tres ejes de la responsabilidad social: económico, social y ambiental, tal

como se presenta en la figura. Finalmente, luego de categorizar la información se pudo concretar el PIM y PDG que se muestran en la tabla 1.

**Figura 6**

*Satura y agrupa*



**Tabla 1**

*PIM y PDG*

Problema de Decisión Gerencial	Problema de Investigación de Mercados
¿Es factible que la empresa de servicios de galvanizado pueda invertir y adoptar un plan de responsabilidad social corporativa dentro de su operatividad en los ámbitos económico, social y ambiental?	Desarrollar un plan estratégico de responsabilidad social corporativa que promueva la adopción de prácticas sostenibles en una empresa de servicio de galvanizado en la ciudad de Guayaquil.

### **2.2.2 Método de investigación**

El método de estudio que se utilizó en la presente investigación se conformó de dos partes, la investigación cualitativa y cuantitativa. Según lo que la literatura indica, el enfoque cualitativo permite comprender fenómenos y significados por medio de técnicas como la observación y las entrevistas. Por otro lado, el enfoque cuantitativo se centra en el uso de herramientas estadísticas para el análisis de los datos recolectados (Piña, 2023).

El trabajo realizado en la empresa estudiada se alineó a los conceptos antes descritos. Es así como, de forma inicial se pretendió entender la situación de la empresa en la actualidad, tanto de forma interna como externa para la determinación de la realidad de la organización en cuanto a los ejes de la RSC: económico, social y ambiental. Esta recolección de información se dio por medio de la aplicación de cuestionarios estructurados.

### **2.2.3 Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se utilizó en el presente proyecto es de tipo descriptiva. El objetivo de este tipo de investigación es la de describir, observar y documentar las características de un objeto de estudio. De modo que, este enfoque se centró en proporcionar una descripción detallada del panorama de RSC en la empresa analizada. Además, se determinó que el estudio sea descriptivo transversal dado que, para tener una visión holística de la situación de la organización, es necesario evaluar las perspectivas de diversas áreas que conforman la empresa como lo son la administración, finanzas, recursos humanos y producción.

Las herramientas que se utilizaron para la recolección de los datos fueron encuestas, entrevistas estructuradas y, adicionalmente, se hizo uso de la técnica de observación. La primera de estas tuvo como propósito el determinar el nivel de conocimiento y aplicación de la sostenibilidad por parte de los colaboradores de las distintas áreas de la empresa. De forma simultánea, se realizaron entrevistas estructuradas a los responsables de áreas con el fin de

obtener información precisa de cada departamento en cuanto a la práctica actual y posible adopción de estrategias de RSC. Finalmente, se aplicó la técnica de observación participante, donde las investigadoras del proyecto se involucraron en el entorno de la empresa e interactuaron con grupos de interés como empleados y clientes para determinar aspectos de la infraestructura, acciones y procedimientos que se manejan en la misma.

## **2.2.4 Unidad de estudio, población y muestra**

### **2.2.4.1 Unidad de estudio**

La unidad de estudio de la presente investigación es la empresa que brinda el servicio de galvanizado en la ciudad de Guayaquil. En esta se aplicaron instrumentos de recolección de datos como la encuesta realizada a 56 empleados de diversas áreas. Asimismo, se realizaron entrevistas estructuradas a 5 funcionarios de nivel jerárquico superior de las empresas, quienes son líderes de área, específicamente de: administración, finanzas, producción y recursos humanos. Por último, las investigadoras del proyecto participaron como clientes ocultos, lo que posibilitó el uso de la técnica de observación participante.

### **2.2.4.2 Población**

La población del proyecto integrador esta conformada por la nómina actual de la empresa estudiada, es decir, se compone de 70 personas que se encuentran distribuidas en las áreas de finanzas, administración, marketing, recursos humanos y producción. Cabe destacar que, esta población fue elegida, ya que son parte fundamental de las funciones diarias de la operatividad de la compañía. Es decir, se involucran directamente con la empresa y causan un gran impacto en la misma.

### **2.2.4.3 Muestra**

En el cálculo de la muestra para las encuestas se determinó que la población del estudio es finita, es decir, la misma corresponde a 70 personas o colaboradores. Por lo tanto, se

estableció un error muestral de 5% a un nivel de confianza del 95% ( $Z=1.96$ ). Siendo así, teniendo en consideración la necesidad de información, se esperó que el 80% de los colaboradores de la compañía completen la encuesta en su totalidad. Este porcentaje equivale a 56 colaboradores. En cuanto a las entrevistas, la empresa autorizó que se realicen reuniones con cinco colaboradores de la empresa pertenecientes a diferentes áreas de esta.

### **2.3 Fase III: Idear**

Como fue previamente definido, los datos que se requerían provenían de forma cuantitativa y cualitativa. Siendo así, se establecieron tres métodos para la obtención de la información. Por parte de los datos cualitativos, se estableció usar la técnica de entrevistas a expertos y una técnica de observación denominada cliente fantasma. Por parte de los datos cuantitativos, se realizaron encuestas por medios digitales. Finalmente, se realizó una lluvia de ideas para identificar los puntos que debería abordar el plan estratégico de responsabilidad social.

#### **2.3.1 Instrumentos de recolección de datos**

##### **2.3.1.1 Entrevistas a expertos**

La técnica de las entrevistas a expertos se realizó a cinco colaboradores de la empresa objeto de estudio. En este caso, fueron elegidas estos colaboradores en base a las necesidades de información que se mantenían para la elaboración del presente proyecto. De esta forma, se procedió a definir los departamentos a los cuales realizar la entrevista. Estas cinco entrevistas fueron divididas según departamentos. Siendo así, de las cinco entrevistas, dos de estas fueron realizadas a personal administrativo, una fue realizada a un colaborador del departamento financiero, una fue realizada a personal de producción y, por último, se realizó una entrevista a personal de recursos humanos.

De esta forma, es necesario destacar que cada una de las entrevistas realizadas tuvieron un enfoque diferente según el área hacia el cual era dirigida, puesto que, el objetivo principal fue encontrar información específica en cuánto a prácticas actuales y el grado de predisposición a seguir un plan estratégico de RSC.

- **Área administrativa**

En el caso del área administrativa, la entrevista tuvo un enfoque centrado en las prácticas sostenibles que la empresa se encuentra actualmente ejecutando, en el caso de que existan. No solo eso, sino que, además, se enfocó en limitaciones y desafíos que presenta la empresa estudiada. Estas entrevistas fueron de utilidad, ya que, de esta forma, se logró identificar las prácticas sostenibles que ya estaban siendo utilizadas, las prioridades de los stakeholders en cuanto a la responsabilidad social y la existencia de normativas o certificaciones de relevancia presentes en la empresa de servicio de galvanizado.

- **Área financiera**

Considerando las entrevistas realizadas al área financiera, estas tuvieron como foco central el presupuesto o, en su defecto, el porcentaje de la utilidad bruta que se encontraban dispuestos a aplicar a un plan de responsabilidad social corporativa. De esta forma, esta área fue de considerable importancia en lo que corresponde al establecimiento de estrategias propuestas a la empresa en cuestión, debido a que, se logró definir el monto económico destinado a la posible aplicación del plan estratégico de responsabilidad social resultante del presente proyecto.

- **Área de producción**

El área de producción fue considerada como parte de las entrevistas a expertos, puesto que, era necesario conocer con mayor profundidad el proceso productivo que se realiza en la empresa, específicamente el proceso del galvanizado y la metalmecánica. De esta forma, fue

posible identificar partes del proceso productivo en el cual podrían aplicarse principios de sostenibilidad o una mejora en el uso de recursos dentro de los mismos.

- **Área de recursos humanos**

Finalmente, el área de recursos humanos fue incluido como parte de esta técnica de obtención de datos para comprender la cultura organizacional que rodea la compañía en cuestión. No solo eso, sino que también, fue de importancia para conocer las normativas y las políticas corporativas aplicadas a los colaboradores de la empresa. De esta forma, la entrevista a la encargada de recursos humanos de la compañía tenía como principal objetivo el definir el tipo de cultura organización que se mantiene dentro la misma y la capacidad de adaptación por parte de los colaboradores con respecto a acciones sostenibles.

### **2.3.1.2 Cliente fantasma**

Como fue mencionado previamente, fueron aplicadas dos técnicas de recolección de datos cualitativos. La segunda técnica aplicada fue una técnica de observación, en este caso, la técnica del cliente fantasma. Esta consistió en visitar el lugar donde se desarrolla el objeto de estudio, en este caso específico fueron oficinas de la empresa que se está analizando. Una vez en el lugar, se procedió a observar la interacción entre los colaboradores, la infraestructura de las oficinas, los detalles de las áreas del trabajo y el proceso productivo a profundidad. Estas visitas se realizaron por cuatro ocasiones desde el 16 de noviembre hasta el 30 de noviembre del 2024.

### **2.3.1.3 Encuestas**

Como parte del proceso de obtención de datos cuantitativos, se realizó aplicación de encuestas a los colaboradores de la empresa. De esta forma, es necesario mencionar que el total de los colaboradores de la compañía es de 70 personas, de esta manera, se realizaron encuestas a 56 colaboradores que estuvieron dispuestos a proporcionar sus opiniones mediante la contestación de preguntas de opción múltiple.

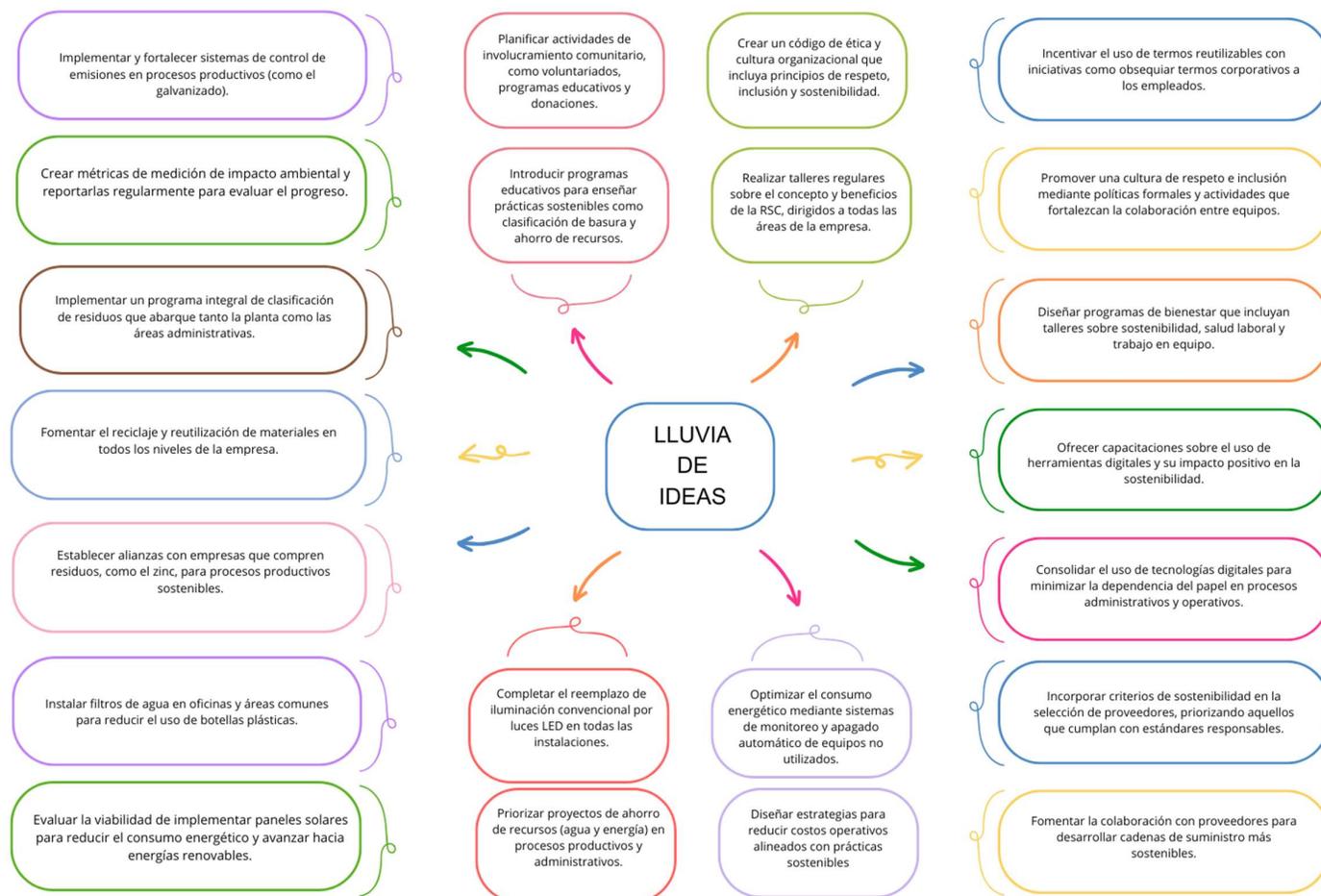
Esta técnica fue aplicada con el objetivo de obtener información sobre el conocimiento de los colaboradores con respecto a la sostenibilidad dentro de la compañía. No solo eso, sino que, además, las preferencias de los empleados con respecto a acciones sostenibles de aplicación diaria en sus funciones y dentro de las políticas de las empresas. Adicional a esto, asimismo, se buscó entender las necesidades de los stakeholders con respecto a la información referente a la aplicación de un plan de responsabilidad social dentro de las instalaciones.

Para facilidad de los colaboradores, las encuestas fueron realizadas a base de preguntas de opción múltiple y preguntas cerradas. Esto se realizó con el objetivo de optimizar el tiempo de los colaboradores que realizaron la encuesta y, a su vez, recopilar únicamente la información necesaria para la presente investigación.

#### **2.3.1.4 Lluvia de ideas**

Previo a la recolección de la información previamente propuesta, se elaboró una lluvia de ideas en donde se refleja la investigación recopilada y las propuestas de sostenibilidad identificadas. De esta forma, el objetivo de este proceso es el de identificar la mayor cantidad de propuestas para que sean parte del plan de sostenibilidad de la empresa en cuestión. Siendo así, una vez que la investigación de mercado fue efectuada, esta se analizó y, posteriormente, las ideas fueron filtradas hasta determinar aquellas que fueron ajustables al presupuesto establecido por la empresa y que se alineaban con lo indicado dentro de las entrevistas.

Figura 7

*Lluvia de ideas*

**Nota:** La figura refleja varias ideas en relación con el plan de sostenibilidad corporativa aplicada a la empresa en cuestión.

## 2.4 Tratamiento de la información

En cuanto a las entrevistas, estas fueron categorizadas y analizadas de forma cualitativa con el fin de extraer insights para identificar las coincidencias y discrepancias que existen entre las opiniones de los expertos pertenecientes a diversas áreas de la empresa estudiada. Por otro lado, las encuestas fueron llevadas a cabo a través de la herramienta virtual Questionpro para

garantizar el fácil acceso a los participantes. Luego, estos datos se exportaron al programa Excel con el objeto de clasificar y limpiar la data que después fue analizada con la ayuda de estadísticas descriptivas. Por último, la información recolectada por medio de la técnica de observación se registró de manera detallada en cada una de las visitas realizadas, y luego, esta información fue clasificada en base a comportamientos, actitudes y patrones que ayudaron a responder las preguntas de investigación.

## **Capítulo 3**

### **3. RESULTADOS Y ANÁLISIS**

#### **3.1 Encuestas**

Después de que se obtuvieron los datos de las encuestas, se procedió a desarrollar un análisis de cada una de las preguntas realizadas a los diferentes colaboradores de la empresa. Como se indicó en el capítulo 2, el objetivo de la encuesta fue determinar el grado de conocimiento de RSC en los empleados y la ejecución actual de actividades sociales y sostenibles en sus respectivos puestos de trabajo.

Es necesario mencionar que, considerando una población de 70 colaboradores, se obtuvo un total de 58 encuestas. En las respuestas de la encuesta se encuentra una mayor concentración por parte del personal de administración, finanzas y recursos humanos. El análisis completo de las encuestas realizadas, sus resultados y su desglose se encuentran en el apéndice A del presente documento. Entre la información de mayor relevancia, se obtuvo que:

- El 45.61% de los encuestados no conoce lo que significa la Responsabilidad Social Corporativa. En el mismo sentido, el 82.46% no ha recibido ningún tipo de capacitación al respecto.
- Con respecto a los ejes sobre los cuales se ejecuta un plan de RSC, el 38.60% de los encuestados considera que se debe priorizar el eje social, mientras que, un 33.33% considera que se le debería atribuir mayor atención al eje económico y apenas un 28.07% considera que la prioridad debería encontrarse en el eje ambiental. Para esto, es necesario mencionar que los tres ejes mencionados son de relevancia en un plan de RSC.
- El 73.68% de los encuestados consideran que estarían interesados en conocer acerca de la adopción de un plan de RSC y sus respectivos resultados. No obstante,

un 17.54% se encuentra en una postura de indiferencia, mientras que el 7.04% se encuentra sin interés alguno en conocer acerca de este tipo de iniciativas.

- Tomando en consideración la cantidad de colaboradores estarían dispuestos a adoptar prácticas socialmente responsables, se obtuvo como resultado que el 80.71% se encuentra de acuerdo con la adopción de este tipo de prácticas, mientras que, el 14.04% adopta una postura de indiferencia. Es de considerable importancia mencionar que un 5.26% de los encuestados se encuentra en desacuerdo con la adopción de este tipo de prácticas.
- En lo que respecta a la sostenibilidad económica, el 45.61% de los colaboradores considera que la disminución y el ahorro de los recursos usados en el proceso productivo sería de gran relevancia.

### **3.2 Entrevistas**

- La empresa realiza una clasificación parcial de residuos, enfocándose únicamente en la planta operativa. Sin embargo, esta práctica no se extiende a las áreas administrativas, lo que limita su alcance integral.
- En la planta se emplea agua proveniente de un pozo para el proceso de galvanizado. Por otro lado, en el edificio administrativo no se cuentan con filtros de agua, pero tampoco se utilizan botellas plásticas desechables.
- Se utiliza parcialmente iluminación LED, pero no se emplean fuentes de energía renovable. Esto muestra un esfuerzo básico en eficiencia energética, pero sin un compromiso profundo con la sostenibilidad.
- No se prioriza la sostenibilidad al seleccionar proveedores, lo cual limita la posibilidad de colaborar con cadenas de suministro más responsables.

- La empresa ha avanzado en algunas áreas hacia la digitalización, pero otras siguen dependiendo en gran medida del papel.
- Se da una gestión ambiental mínima enfocada en cumplir licencias y auditorías que les permita seguir operando.
- Las actividades de capacitación están presentes, pero son ocasionales y más orientadas a la seguridad laboral.
- Las actividades sociales, eventos ocasionales y donaciones están limitadas por restricciones presupuestarias.
- Existe una ausencia de cultura organizacional enfocada en el respeto, lo que afecta a la percepción interna y externa de la empresa, limitando el compromiso de los colaboradores.
- Alta disposición por parte de los empleados a adoptar prácticas sociales y sostenibles en el caso de que la empresa decida adoptarlas.
- En la actualidad, esta vive una crisis económica que no le permite invertir en un plan de RSC. No obstante, no descartan la oportunidad de adoptarlo en un futuro cercano.

### **3.3 Técnica de observación**

Durante las visitas realizadas a la empresa estudio, mediante la técnica de observación las investigadoras destacaron los siguientes puntos:

- La basura no se clasifica en las áreas administrativas.
- Existe uso ocasional de hojas recicladas, pero no hay una política clara de reducción del papel.
- Uso creciente de luces LED, aunque la implementación de esta es progresiva.
- Apagado de luces no utilizadas en determinados casos.
- No se observan filtros de agua para uso humano.

- No se ha intentado hacer uso de paneles solares o planta fotovoltaica para espacios administrativos o para la parte productiva.
- Uso limitado de vasos y botellas desechables; algunos empleados han decidido usar termos.
- Se perciben faltas de respeto y colaboración entre el personal, ya que no hay políticas formales de inclusión o cultura organizacional sostenible.
- Clasificación parcial en la planta y reutilización de ciertos materiales (como agua del pozo tratada).
- Venta de residuos de zinc para otros procesos productivos.
- En la planta de producción existe un sistema en implementación para controlar emisiones de humo en procesos de galvanizado.
- Las instalaciones se encuentran en un correcto estado para el desarrollo de actividades de los colaboradores.

### **3.4 Fase IV: Prototipar**

De acuerdo al acercamiento que se tuvo con el Gerente General de la compañía en cuestión se pudo identificar, a pesar de la compleja situación que se encuentra atravesando la empresa en estos momentos; están dispuestos a entregar un 5% de la utilidad del ejercicio en iniciativas que sean amigables con la responsabilidad social corporativa.

Es necesario resaltar que, como se ha notado en los capítulos previos, esta empresa cuenta con varios problemas tanto de factores externos como internos. Es por esto que, las iniciativas que se proponen en el presente proyecto de titulación contemplan soluciones factibles. Además, estas soluciones propuestas cumplen con el presupuesto que sería otorgado para la implementación del presente plan de Responsabilidad Social Corporativa.

De esta forma, considerando el porcentaje de la utilidad del ejercicio mencionado previamente, este es el eje sobre el cuál se realiza el plan de RSC, puesto que son los recursos

que se tienen disponibles para su ejecución. Siendo así, según la Superintendencia de Compañías, la empresa en cuestión tiene una utilidad del ejercicio de \$236.595,13 en su último periodo fiscal. Por lo que, para el presente proyecto se tiene un monto aproximado de \$11.829,75.

Por esta razón, con la lluvia de ideas generada en la fase anterior y los resultados obtenidos en la investigación de mercados se procedió a elaborar el plan de RSC tomando en consideración el monto antes mencionado, y no solo eso, sino que también estas estrategias puedan presentar un impacto positivo dentro de la compañía dentro de los ejes social, económico y ambiental.

### **3.4.1 Plan estratégico de responsabilidad social corporativa**

#### **3.4.1.1 Objetivo del plan**

Establecer el compromiso de la empresa con el crecimiento sostenible, por medio de la ejecución de prácticas empresariales responsables que aporten al desarrollo de la comunidad, el cuidado del medio ambiente y el bienestar de los colaboradores.

#### **3.4.1.2 Estrategias de acción, aplicación y costo**

En la tabla 2 se describen cada una de las estrategias a seguir en los diferentes ejes de la RSC. Asimismo, se detalla su aplicación y costo a incurrir para su ejecución. Cabe destacar que los costos mencionados son aproximados y fueron calculados al mes de enero del año 2025, por lo que estos podrían tener ligeras variaciones en los próximos meses. De modo que, los mismos servirán de referencia para la empresa estudiada en el momento que decidan ejecutar el plan.

Otro aspecto de considerable relevancia es la estrategia de aplicación, puesto que, este no contempla con un periodo en específico de ejecución según lo mencionado por el gerente general de la compañía, lo que quiere decir que sería aplicado en el momento en el que los directivos de la compañía lo consideren pertinente. No obstante, las estrategias se encuentran aptas para ser

aplicadas en su totalidad en un periodo de 360 días calendario, en donde la afectación a los departamentos responsables pueda tener un impacto mínimo.

**Tabla 2***Plan estratégico de responsabilidad social corporativa*

<b>Estrategias</b>	<b>Aplicación</b>	<b>Cantidad (Q)</b>	<b>Precio (P)</b>	<b>PxQ</b>	<b>Área responsable</b>
<b>Eje social</b>					
Creación de un reglamento interno de trabajo.	Crear un documento en donde consten las políticas de la compañía, haciendo énfasis a comportamientos que fomenten una correcta cultura organizacional.	No genera costo, ya que lo elaboraría RRHH			Área de recursos humanos
Implementación de pausas activas en las jornadas laborales. Iniciativa que se recomienda ser realizada una vez a la semana.	Entrega de actividades impresas como crucigramas, sopa de letras, lecturas de temas de cultura general, entre otras.	48 actividades	\$ 5	\$ 240	Área de recursos humanos
Implementación de jornadas de vacunación por parte del Ministerio de Salud Pública (MSP) - Plan de vacunación 9-100.	Vacunas contra la influenza y otras enfermedades respiratorias según la temporada.	No genera costo, ya que son campañas gratuitas			Seguridad industrial y Recursos Humanos
Organización de talleres internos.	Estos talleres se recomiendan que sean enfocados en liderazgo, trabajo en equipo, manejo de estrés o desarrollo emocional.	2 talleres	\$ 325	\$ 650	Área de recursos humanos

Implementación de un programa de beneficios para las mejores calificaciones entre los hijos de los colaboradores que estén cursando hasta séptimo de básica.	Se proponen tres ganadores según los mejores promedios. El presupuesto se calcula considerando hacer entrega de una impresora para el primer lugar y una maleta con útiles escolares a los dos siguientes.	3 impresoras	\$	250	\$	750	Área de recursos humanos
Convenio de prácticas preprofesionales con estudiantes de bachillerato de colegios locales.	Convenio con colegio fiscal Leonidas García para que sus estudiantes con mejor promedio cursando tercer año de bachillerato puedan realizar pasantías remuneradas por un mes en meses de vacaciones (febrero - marzo).	3 remuneraciones	\$	200	\$	600	Área de producción, área de administración y área de recursos humanos
Implementación de un programa de mentorías para la comunidad cercana en temas de emprendimiento y finanzas personales.	Realizar un llamado a la comunidad que se encuentra cercana a la empresa (incluido el sector de Juan Montalvo) para que asistan a las capacitaciones.	2 programas de mentorías	\$	80	\$	160	Área de recursos humanos y administración
Creación y promoción de políticas de tolerancia cero contra el acoso y la discriminación dentro del entorno laboral.	Incluir este apartado dentro del reglamento interno de trabajo y establecer canales de comunicación en donde pueda denunciarse cualquier tipo de comportamiento que infrinja.	No genera costo, ya que lo gestionaría RRHH					Área de recursos humanos

Creación de comités internos para la evaluación y promoción de la equidad de género y la diversidad cultural.	Comités internos conformado por colaboradores de diferentes departamentos.	No genera costo, ya que lo gestionaría RRHH			Área de recursos Humanos
Iniciativa "Cumpleañeros del mes".	Se recomienda realizar una reunión mensual para celebrar a los cumpleañeros de cada mes.	12 actividades	\$ 60	\$ 720	Área de recursos Humanos
Introducción de iniciativa "Cartas de agradecimiento".	Contribuir con el reconocimiento del trabajo de colaboradores que han tenido logros en el desempeño de sus funciones.	No genera costo, ya que lo gestionaría RRHH			Área de recursos Humanos
Establecimiento de concurso por departamentos enfocado en actividades físicas.	Concurso para fomentar la salud física y mental de los colaboradores. Se maneja con la suma de calorías quemadas en un periodo de seis meses. Información en un Excel compartido con sustento.	No genera costo, ya que se trata de reconocimiento al ganador			Área de Recursos Humanos
Organizar celebraciones por festividades (Navidad, Halloween, día de la mujer y día del hombre).	Reunión interna de una hora de duración en donde se celebren las festividades descritas. Para Halloween, incentivar que asistan con disfraces y realizar un concurso interno.	4 festividades	\$ 80	\$ 320	Gerencia

Campaña de comunicación interna.	Creación de un correo masivo a todos los colaboradores de la compañía para anuncios semanales, donde se pueden compartir noticias de relevancia o logros de ciertos departamentos/ colaboradores.	No genera costo, ya que lo gestionaría el departamento de sistemas			Departamento de sistemas	
<b>Total de propuestas eje social</b>				<b>\$</b>	<b>3.440</b>	
<b>Eje ambiental</b>						
Creación de puntos ecológicos en las instalaciones de la empresa.	Instalar sets de tachos de basura donde los colaboradores puedan clasificar los desperdicios.	3 sets	\$	120	\$ 360	Área de administración y área de recursos humanos
Concurso "Recicla y gana".	Cada vez que un colaborador recicle correctamente en los puntos designados, recibe un ticket. Al final del mes, se hace un sorteo con los tickets y el ganador obtiene una giftcard.	1 giftcard	\$	70	\$ 70	Área de administración y área de recursos humanos
Concurso "Apaga y desconecta".	Los diferentes departamentos deberán apagar y desconectar los dispositivos al final del día. Se medirá si esto se realiza con la asignación de puntos, y el equipo con más puntos gana un bono.	1 bono	\$	300	\$ 300	Área de administración y área de recursos humanos

Difusión de material educativo sobre la importancia del ahorro de recursos, incluyendo agua, energía, y otros recursos relevantes.	Envío de boletines por correo electrónico con consejos, estadísticas ambientales y videos educativos de YouTube que explican el ahorro de recursos.	No genera costo, ya que se realizará a través de medios digitales			Área de administración	
Etiquetar los productos con información sobre el impacto ambiental de su fabricación.	Incluir etiquetas en los productos que indiquen sus efectos ambientales e informen al consumidor que son una empresa socialmente responsable.	3000 etiquetas	\$	0,026	\$77,97	Área de producción y área de administración
Contratar a un experto ambiental para ofrecer talleres sobre reciclabilidad y el impacto ambiental de los productos en la empresa.	Organizar 3 talleres en el año con un experto para educar a los empleados sobre reciclabilidad e impacto ambiental, integrando esta información en las prácticas diarias.	3 talleres	\$	180	\$ 540	Área de administración
Proveer a los empleados tomatodos para fomentar el consumo de agua responsable.	Distribuir tomatodos a los empleados, alentándolos a reducir el uso de plásticos desechables y promoviendo hábitos más sostenibles en el día a día.	70 tomatodos	\$	3	\$ 224	Área de administración y área de recursos humanos

Trabajar con proveedores que certifiquen prácticas sostenibles y éticas en su cadena de suministro.	Seleccionar y colaborar con proveedores que cuenten con certificaciones que avalen sus prácticas sostenibles y éticas que aseguren que la cadena de suministro cumple con los estándares sociales y ambientales.	No genera costo, ya que los responsables de realizar las compras tendrían este nuevo parámetro a considerar		Área de administración
Sustituir vasos, platos y cubiertos desechables por opciones reutilizables.	Reemplazar los utensilios de un solo uso en las áreas comunes de la empresa con opciones reutilizables como sets de tazas y platos y cubiertos para reducir la generación de residuos.	Se explica a detalle en la sección de anexos	\$ 355	Área de administración
Sustituir vasos desechables por opciones biodegradables.	Reemplazar los utensilios de un solo uso en las áreas comunes de la empresa con opciones biodegradables.	Se explica a detalle en la sección de anexos	\$ 537	Área de administración
<b>Total de propuestas eje ambiental</b>			<b>\$</b>	<b>2.464</b>
<b>Eje económico</b>				

Instalar focos con sensores automáticos de iluminación para reducir el consumo de energía.	Colocar sensores de movimiento en las áreas comunes para que la luz se encienda solo cuando haya presencia de personas y se apague automáticamente cuando no se detecte movimiento, optimizando el uso de energía.	30 focos con sensor automático	\$	5	\$ 165	Área de administración
Instalar grifos con temporizadores para reducir el consumo de agua.	Instalar grifos con temporizadores en las áreas de cocina o baños, asegurando que el agua se apague automáticamente después de un tiempo preestablecido, evitando el desperdicio.	8 grifos con temporizador	\$	60	\$ 479	Área de administración
Diseñar una infraestructura de paneles solares en el techo de la empresa para generar energía renovable.	Instalar paneles solares en el techo del edificio administrativo para generar electricidad de forma sostenible y reducir el consumo de energía proveniente de fuentes no renovables. Los paneles podrán alimentar sistemas de iluminación, calefacción, o equipos de oficina, contribuyendo a la eficiencia energética.	Se explica a detalle en la sección de anexos			\$4.999	Área de administración
<b>Total de estrategias eje económico</b>					<b>\$</b>	<b>5.642,66</b>
<b>Otros</b>					<b>\$</b>	<b>283,19</b>
<b>Inversión total en el plan de RSC</b>					<b>\$</b>	<b>11.829,75</b>

### **3.4.1.3 Indicadores de desempeño**

Para evaluar el éxito del plan estratégico de RSC planteado se han establecido indicadores para cada una de las estrategias de modo que se pueda medir su avance y resultado obtenido. Es importante señalar que los indicadores que se reflejan en la tabla 3 son valiosos porque permiten el monitoreo de las iniciativas para una correcta toma de decisiones. De igual forma, los tres ejes de la RSC poseen indicadores en torno a desempeño interno, compromiso de colaboradores e impacto de las acciones propuestas en la comunidad.

Además, cada indicador propuesto en la sección del apéndice C tiene como objetivo reflejar la eficiencia y efectividad de las estrategias de modo que se realice una medición constante que garantice la sostenibilidad del plan estratégico y su alineación con los objetivos del objeto de estudio y comunidad.

## **3.5 Fase V: Evaluar**

### **3.5.1 Matriz de feedback**

En esta fase se presentó el prototipo del plan estratégico creado con el objetivo de obtener retroalimentación por parte del administrador de la empresa estudio para realizar las modificaciones correspondientes. Esta herramienta permitió conocer los aspectos que le agradan al usuario, sus críticas constructivas, las preguntas que tuvo durante el proceso de prueba y las nuevas ideas que pudo proporcionar.

**Figura 8**

Matriz de feedback

<p><b>C1: Cuestiones que le agradan al usuario y por qué</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las estrategias son fácilmente aplicables, lo cual es positivo porque se ahorra también tiempo en la implementación.</li> <li>• Las iniciativas van dentro del presupuesto otorgado e incluso tienen un monto sobrante, lo que es beneficioso al ser los recursos económicos una limitante.</li> <li>• El plan se encuentra consolidado según su eje correspondiente, lo que lo hace fácilmente identificable.</li> </ul>	<p><b>C2: Críticas constructivas que aportan valor al resultado final</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se podrían incluir menos estrategias que se encuentren como responsables al departamento de recursos humanos, por lo que igualmente es tiempo de preparación para las estrategias descritas.</li> </ul>
<p><b>C3: Preguntas que surgen durante el proceso de prueba</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las estrategias aún no son aplicadas. La implementación de este plan depende de la gerencia.</li> </ul>	<p><b>C4: Nuevas ideas que hayan surgido</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se considera que se debe incluir en mayor cantidad a la gerencia y a los directivos. De esta forma, podría reforzarse de mejor manera el vínculo entre los colaboradores y los gerentes.</li> </ul>

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

El presente proyecto analiza la situación actual interna y externa de una empresa dedicada a brindar el servicio de galvanizado en la ciudad de Guayaquil en cuanto a la aplicación de prácticas socialmente responsables. De la misma forma, proporciona un plan estratégico de responsabilidad social corporativa para la organización estudiada. A continuación, se presentan los hallazgos identificados.

- Se evaluaron los aspectos social, ambiental y económico de la empresa objeto de estudio, donde se identificaron oportunidades de mejora como la enfatización en la gestión de residuos en áreas administrativas y planta productiva, además de la implementación de energías renovables.

- Por medio de las entrevistas y encuestas se reconocieron las expectativas de los stakeholders respecto a la RSC. Los colaboradores expresaron interés en capacitaciones en RSC, actividades que fortalezcan la integración grupal y dieron a conocer que están dispuestos a realizar actividades que beneficien a la comunidad cercana.
- En el plan estratégico creado se propusieron iniciativas que se ajusten al presupuesto determinado como reconocer el esfuerzo del colaborador, organizar campañas que potencien el voluntariado para beneficiar a la comunidad, reutilización de materiales sobrantes del proceso de producción para la elaboración de subproductos, entre otras.
- El 45,61% de los colaboradores de la empresa evaluada desconoce a qué se refiere la responsabilidad social corporativa, y más del 80% de estos no han recibido capacitaciones al respecto.
- El 80.71% de los colaboradores está interesado en comenzar a adoptar prácticas sostenibles dentro de la empresa, con el objetivo de favorecer a la comunidad y al medio ambiente.
- El 38.60% de los trabajadores consideró que el eje social debería ser la prioridad, seguido el 33.33% para el eje económico y finalmente el 28.07% atribuible al eje ambiental.
- Se identificó un presupuesto limitado del 5% de la utilidad del ejercicio del último periodo fiscal para la aplicación de estrategias socialmente responsable. Esto se debe a la posición crítica en la que se encuentra la organización.
- El plan estratégico de RSC es un punto de partida para empresas que brinden el servicio de galvanizado o incluso organizaciones que se encuentren dentro del sector metalmeccánico que buscan comenzar a implementar estrategias con un bajo presupuesto o recursos limitados.

## 4.2 Recomendaciones

- Implementar medidas socialmente responsables que tengan un impacto mayor en cuanto la situación económica de la empresa. Es decir, se pueden adoptar iniciativas como implementar sistemas de gestión predictiva que minimicen los excedentes o escasez de inventario, adoptar un software que permita la disminución del uso de papel, renovar la maquinaria actual por equipos más eficientes, crear subproductos a partir de los residuos generados en el proceso productivo y la creación de programas de asistencia médica, psicológica y nutricional para los colaboradores.
- Mejorar la comunicación entre los stakeholders definidos en el proyecto de estudio por medio de la creación de canales más accesibles que permitan informar las distintas iniciativas de RSC que promueve la empresa, al mismo tiempo que mejora la reputación de su marca.
- Fomentar la colaboración con las demás empresas del sector o sectores complementarios, con el fin de maximizar el impacto de las acciones plasmadas en el plan estratégico o la creación de nuevos proyectos que beneficien a la sociedad.
- Abordar a fondo el proceso productivo de la empresa para determinar las acciones podrían ser mejoradas, de manera que se pueda realizar una reingeniería de procesos que se alineen a normas y estándares medioambientales actuales.
- Invertir un porcentaje mayor en la responsabilidad social corporativa en cuanto la situación económica y financiera mejore, debido a que este incremento permitiría realizar más actividades sociales y ambientales. De igual forma, esto posibilitaría el compromiso de la empresa con RSC.

- Crear un departamento que se dedique exclusivamente a la gestión de iniciativas de RCS, ya que contar con un equipo especializado facilitaría la ejecución, coordinación y seguimiento de las propuestas.

## 5. REFERENCIAS

Aceros Arequipa. (2021). Ética y gestión social, responsabilidad social corporativa.

<https://acerosarequipa.com/pe/es/responsabilidad-social-corporativa>

Andrade, C. (2021). Responsabilidad Social Empresarial: Una breve revisión teórica para el caso

ecuatoriano. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8080710>

Benitez, C. (2023). Mapeo de stakeholders para la integración de Servicios Ecosistémicos a la

planificación territorial. <https://rein.umcc.cu/handle/123456789/2811>

Costa, J., & Fonseca, J. (2022). The Impact of Corporate Social Responsibility and Innovative

Strategies on Financial Performance.

[https://www.researchgate.net/publication/360550115\\_The\\_Impact\\_of\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_and\\_Innovative\\_Strategies\\_on\\_Financial\\_Performance#:~:text=Enrolling%20in%20CSR%20activities%20entails,performance%20while%20being%20socially%20responsible.](https://www.researchgate.net/publication/360550115_The_Impact_of_Corporate_Social_Responsibility_and_Innovative_Strategies_on_Financial_Performance#:~:text=Enrolling%20in%20CSR%20activities%20entails,performance%20while%20being%20socially%20responsible.)

Herrera, J., Vásquez, M., & Ochoa, E. (2020). La evolución de la responsabilidad social empresarial a través de las teorías organizacionales.

[https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-87082020000200003&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-87082020000200003&script=sci_arttext)

ISO. (2010). Social responsibility - Discovering ISO 26000.

<https://www.iso.org/publication/PUB100258.html>

Khurram, A., Hassan, S., & Shahzad, K. (2020). Revisiting Porter Five Forces Model: Influence of NonGovernmental Organizations on Competitive Rivalry in Various.

<https://pssr.org.pk/issues/v4/1/revisiting-porter-five-forces-model-influence-of-non-governmental-organizations-on-competitive-rivalry-in-various-economic-sectors.pdf>

Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030.

<https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/html/>

Piña, L. (2023). El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2542-](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2542-30882023000100001#aff1)

[30882023000100001#aff1](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2542-30882023000100001#aff1)

Pitre, R., Hernandez, H., & Orozco, B. (2020). Responsabilidad Social Empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8071224>

Ponce, W., & Cevallos, M. (2024). La responsabilidad social empresarial en el contexto de la legislación en Ecuador. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2314-](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2314-37382024000200003&script=sci_arttext)

[37382024000200003&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2314-37382024000200003&script=sci_arttext)

Rengifo, C., Sánchez, S., & Obando, E. (2022). Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible reflexiones desde la ética aplicada.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8331799>

Salazar, P., & Calle, C. (2022). La importancia de la responsabilidad social en las pymes.

<https://journals.epnewman.edu.pe/index.php/IBJ/article/view/273/540>

Sánchez, A. (2023). La Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador.

<https://uees.edu.ec/descargas/libros/2023/la-responsabilidad-social-empresarial-en-ecuador.pdf>

Sarli, R., Gonzáles, S., & Ayres, N. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria.

Siderperu. (2023). Sostenibilidad. <https://www.siderperu.com.pe/sostenibilidad>

Tapia, M., & Villareal, P. (2020). Eco - Innovación y Design Thinking: Una Oportunidad de Negocios Sostenibles.

<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/INGENIO/article/view/2719>

Vallejo, K. (2024). Responsabilidad Social Corporativa y competitividad empresarial con enfoque desde la alta gerencial.

<https://digitk.areandina.edu.co/entities/publication/3bc1ec29-c118-420f-87a8-467775f95f74>

Vidal, G. (2020). Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública de Correos del Ecuador CDE EP.

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7172/1/T3091-MAE-Vidal-Propuesta.pdf>

Zárate, R., Beltrán, Y., & González, C. (2020). Relacionamiento con stakeholders en el marco de la responsabilidad social empresarial.

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n32/a20v41n32p20.pdf>

## **6. APÉNDICES**

### **Apéndice A**

#### **Marco Teórico**

Los denominados stakeholders o grupos de interés ocupan un lugar fundamental en RSC; puesto que la participación de colaboradores, accionistas, proveedores, clientes, ambientalistas y el gobierno permite que las empresas diseñen sus estrategias de desarrollo sostenible y protección del medio ambiente en base a las expectativas de estos grupos (Zárate et al., 2020).

De igual forma, Siderperu (2023) instaló una planta solar con más de 900 paneles, generando 850,000 kWh anuales. Además, capacitó a sus colaboradores en técnicas de clasificación de residuos, lo que permitió reutilizar subproductos como las escorias de acero. También transformaron chatarra ferrosa en acero 100% reciclado y lanzaron programas para fomentar el voluntariado entre sus empleados. En cuanto a la mejora de procesos, lanzaron un programa de sugerencias donde los colaboradores propusieron iniciativas para optimizar procesos y reducir ineficiencias. Estas prácticas les generaron un ahorro anual de 1.15 millones de dólares, lograron reconocimiento en el Dow Jones Sustainability Index, y alinearon sus operaciones a estándares internacionales, reduciendo emisiones y aprovechando residuos.

## Apéndice B

### Resultados y análisis de la investigación de mercados

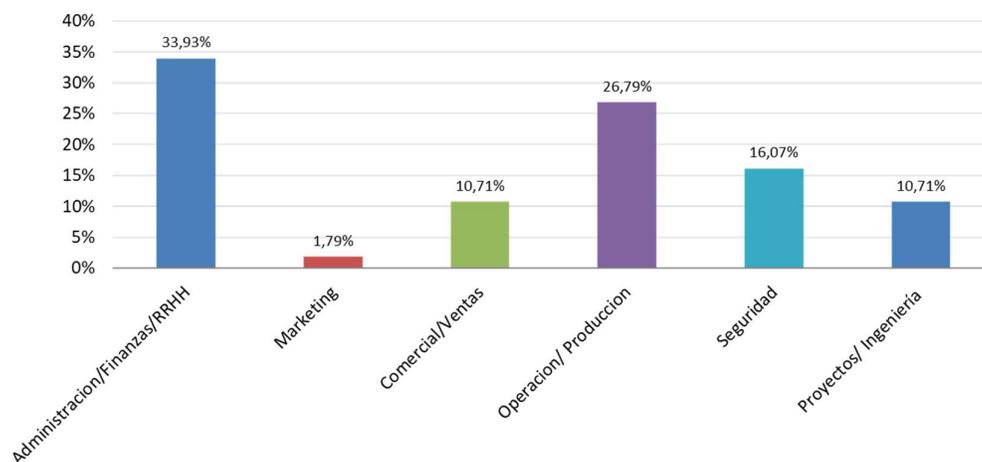
#### Encuestas

Se realizaron 58 encuestas. Esto corresponde al 83% de la totalidad de la población. En este caso, la población corresponde a 70 colaboradores que trabajan bajo relación de dependencia. De esta forma, los resultados obtenidos de la encuesta, además de ser de considerable importancia para el desarrollo del proyecto, arrojó resultados de suma utilidad en lo que corresponde al desarrollo del plan de Responsabilidad Social Corporativa.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las 58 encuestas realizadas. Como se puede observar en la figura 9, las encuestas fueron en su mayoría completadas por personal administrativo, de finanzas o pertenecientes a recursos humanos. Esto fue seguido por el personal de producción o de operación. Estos resultados determinan que la mayoría de los colaboradores que completaron la encuesta se encuentran directamente relacionados con el proceso productivo, información sobre los costos y sobre las medidas de personal de relevancia.

**Figura 9**

*¿A qué departamento pertenece?*

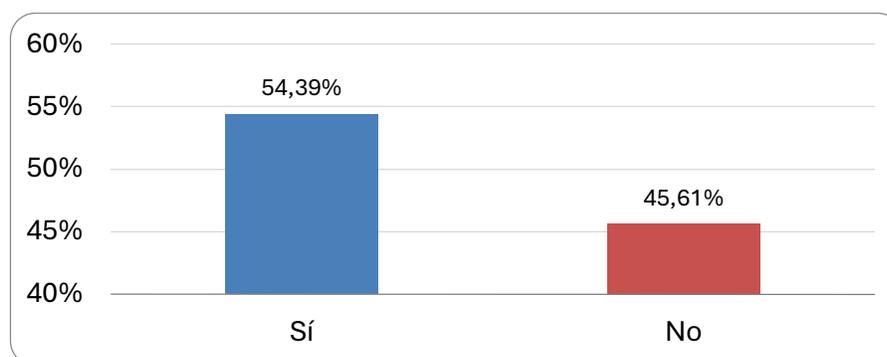


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas

Del total de las encuestas realizadas, es de gran relevancia identificar el nivel de conocimiento de los colaboradores en lo que respecta a la Responsabilidad Social Corporativa. De esta forma, como se muestra en la figura 10, apenas el 54.39% de los colaboradores conoce lo que significa la RSC. Esta cifra refleja la necesidad de la empresa en lo que respecta a capacitaciones e información impartida sobre la importancia de la responsabilidad social entre sus trabajadores.

**Figura 10**

*¿Conoce lo que significa la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?*

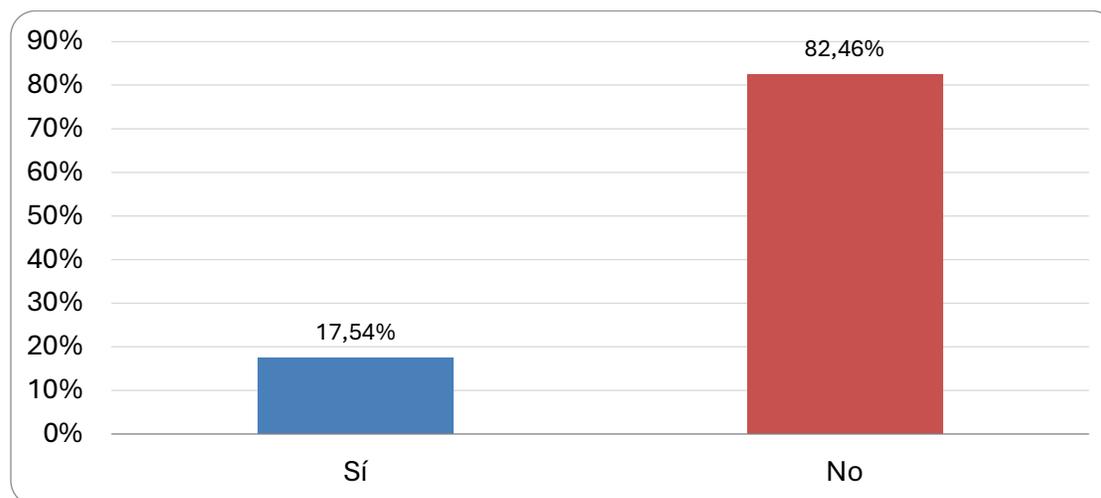


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas

De la misma forma, como complemento de la pregunta previamente mencionada, se confirmó la falta de educación al respecto de la RSC, de parte de la compañía hacia sus empleados. Como se refleja en la figura 11, el 82.6% de las personas que completaron la encuesta mencionan que no han recibido charlas ni capacitaciones al respecto.

**Figura 11**

*¿Ha recibido capacitaciones o charlas sobre la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa?*

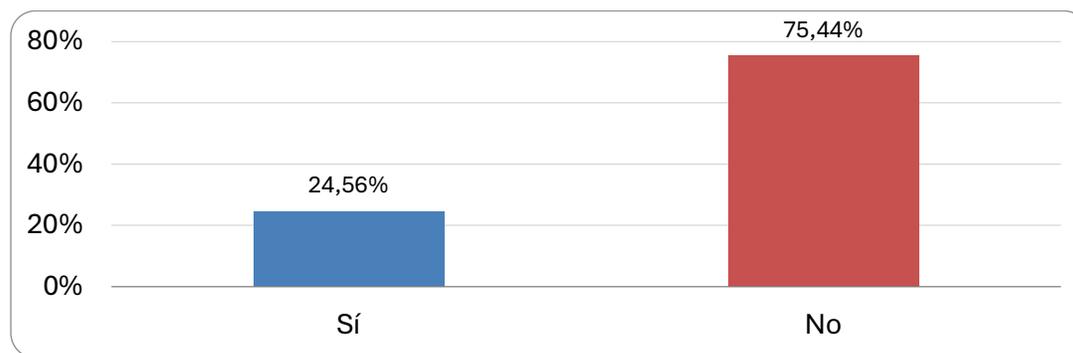


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas.

Habiendo identificado la falta de esfuerzo por parte de la empresa en la educación a sus colaboradores en términos de RSC, es de gran importancia determinar si se esfuerza en acciones o en prácticas que hagan de esta, una empresa socialmente responsable. No obstante, como se observa en la figura 12, el 75.44% de los encuestados menciona que no considera que esta invierta o se esfuerce en introducir prácticas socialmente responsables dentro de sus funciones diarias. Esta información refleja una necesidad. Al ser una empresa que brinda servicios de galvanizado y metalmecánica, algunos de los componentes y materiales usados en estos procesos llegan a ser nocivos, no solo para el medio ambiente sino para los trabajadores que manipulan este tipo de productos.

**Figura 12**

*¿Considera que la empresa invierte y se esfuerza por introducir prácticas socialmente responsables dentro de sus funciones diarias?*

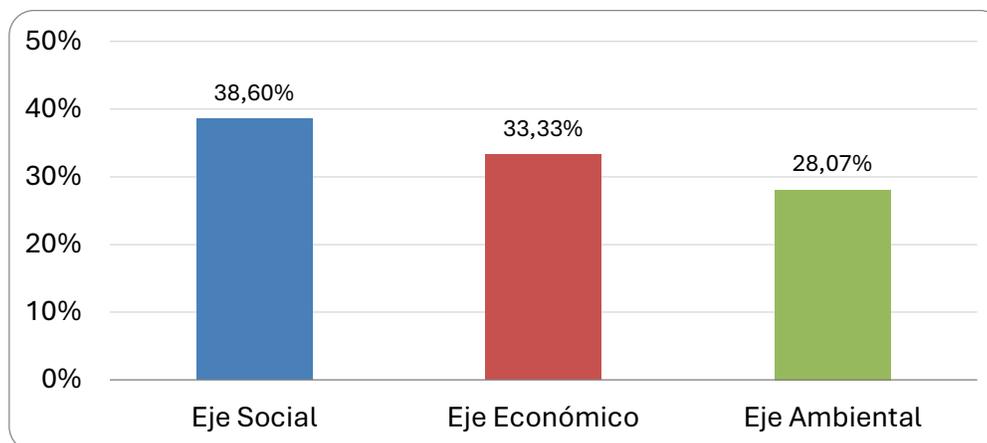


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas

Una vez identificada la situación de la empresa en lo que respecta a la RSC, se procedió a determinar las preferencias por parte de los colaboradores en caso de existir o de regirse a un plan de responsabilidad social. Siendo así, como se muestra en la figura 13, el 38.60% de los colaboradores considera que la empresa debería priorizar el eje social, mientras que el 33.33% considera que debe ser el eje económico y, el restante, el eje ambiental.

**Figura 13**

*¿Cuál de los siguientes ejes de la sostenibilidad considera usted que la empresa debería priorizar?*

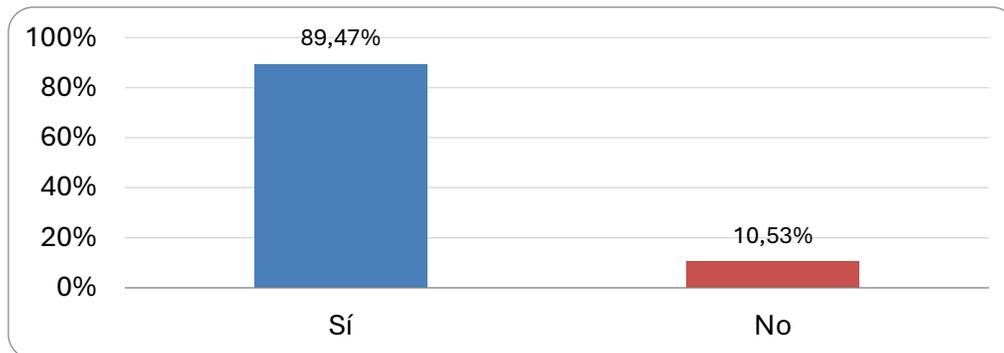


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas.

La empresa en cuestión se encuentra en ubicada en Daule, en la ciudad de Guayaquil. En los alrededores de la instalación, se encuentran escuelas y pequeños comerciantes. Siendo así y tomando en consideración la pregunta previamente mencionada, en la figura 14 se muestra cómo el 89.47% de los colaboradores que realizaron la encuesta consideraron que la empresa podría mantener un rol activo dentro de la comunidad en la que se desarrolla.

**Figura 14**

*¿Considera que la empresa podría tener un mayor impacto en el ámbito social mediante un mayor involucramiento y comunicación con la comunidad?*

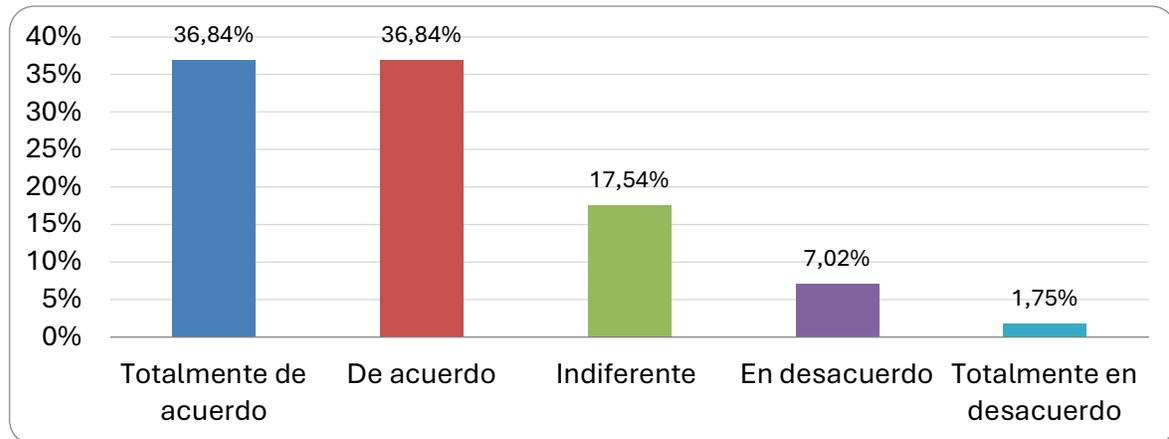


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas.

Asimismo, se preguntó a los encuestados el nivel de interés que estos tendrían en caso de que la empresa adopte un plan de RSC. De esta forma, como se puede observar en la figura 15, el 73.68% de los encuestados respondieron que sí estarían interesados en conocer este tipo de iniciativas y sus respectivos resultados. No obstante, como se puede notar en la figura 15, el 17.54% de estos tomaron una posición de indiferencia mientras que el 7% de estos no tendrían algún tipo de interés en conocer acerca de esto.

**Figura 15**

*¿Estaría interesado en conocer acerca de los planes de responsabilidad social de la empresa y los resultados obtenidos de este?*

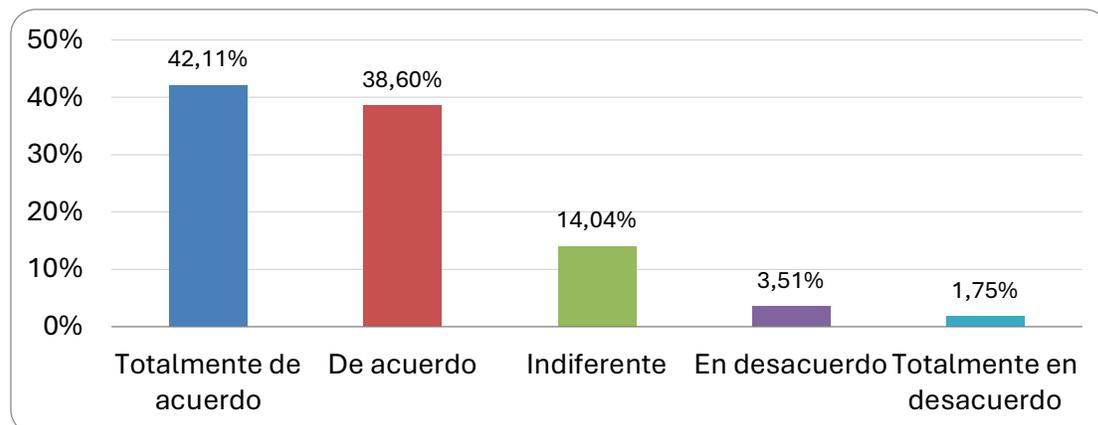


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas.

Luego, en lo que respecta a acciones y esfuerzo por parte de los colaboradores hacia iniciativas sostenibles, se encontró que el 80.71% de los encuestados estaría dispuesto a emprender actividades y acciones que generen un impacto positivo en el medio ambiente. Sin embargo, como se nota en la figura 16, el 14.04% de los colaboradores considera que sería indiferente ante la aplicación de este tipo de acciones.

**Figura 16**

*¿Estaría dispuesto a emprender actividades que sean sostenibles con el medio ambiente?*

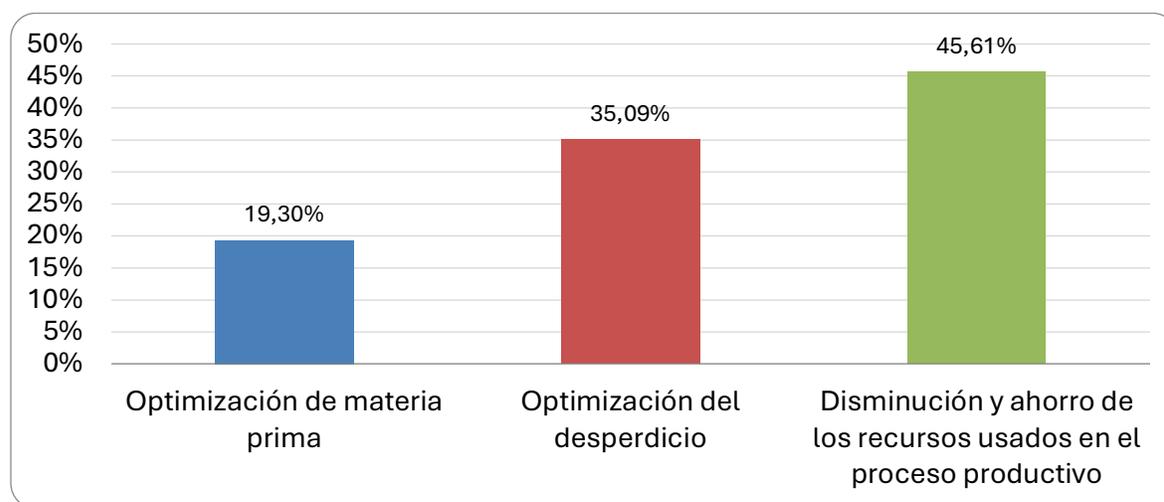


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas.

Es necesario mencionar que, el presente proyecto de investigación hace referencia a una empresa que ofrece servicios de galvanizado y metalmecánica. Siendo así, los procesos productivos contaminan de gran forma al medio ambiente y a la comunidad que los rodea. Como se nota en la figura 17, de la totalidad de los encuestados, se presenta un 45.61% que consideran que debería priorizarse la disminución y el ahorro de los recursos usados como parte de este ya mencionado proceso. No obstante, un 35.09% menciona que la optimización del desperdicio debería ser el foco dentro de este proceso de cambio. Esta información podría ser analizada junto con la información recopilada de las entrevistas. En estas se mencionaron que los desperdicios eran comercializados, es decir, se le daba una vida útil a los desperdicios. De esta forma, la optimización del desperdicio, considerando los procesos de comercio que ya son ejecutados en la actualidad, ya es realizado al ser comercializado y poder obtener una segunda vida.

**Figura 17**

*¿Cuál de los siguientes aspectos considera que deberían ser prioridad en referencia a la mejora de la sostenibilidad económica?*

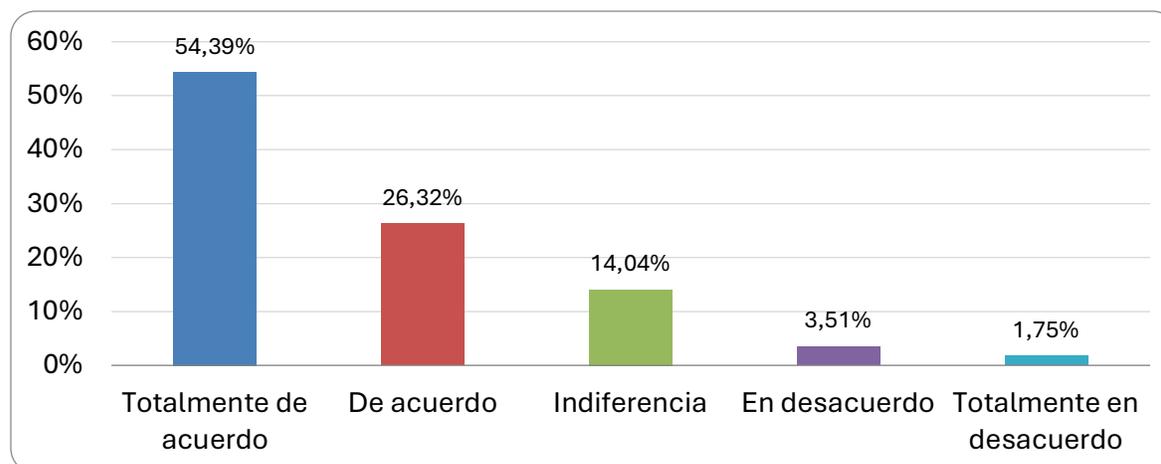


**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas.

Por último, considerando la crisis energética como una amenaza para esta empresa, el uso y la generación de energía eléctrica es de considerable importancia. En este caso, no solo para la aplicación de prácticas sostenibles sino para lograr contribuir con la crisis energética que actualmente atraviesa el Ecuador. De esta forma, como se logra observar en la figura 18, el 80.71% de los entrevistados consideran que el ahorro de la energía eléctrica debería ser una prioridad en la empresa dentro de su plan de RSC, considerando lo que se encuentran totalmente de acuerdo y solo de acuerdo. No obstante, también se observa como el 14.04% menciona que mantienen una postura de indiferencia frente al ahorro de energía.

**Figura 18**

*¿Considera que el ahorro de energía eléctrica dentro de la empresa debe ser una prioridad dentro de un plan de sostenibilidad?*



**Nota:** Imagen obtenida como análisis de los resultados de las encuestas realizadas

Las encuestas realizadas resaltaron la necesidad que presenta esta empresa en cuanto a educación y prácticas socialmente sostenibles. Asimismo, al recopilar esta información, se lograron definir las preferencias y conocimiento por parte de los colaboradores. No solo esto, sino que además, en conjunto con las entrevistas realizadas, se logró recopilar la información necesaria para poder identificar necesidades, preferencias y que el plan de sostenibilidad sea integral.

## Apéndice C

### Plan estratégico de responsabilidad social corporativa - descripción de estrategias

#### Eje social

- Implementación de pausas activas en las jornadas laborales.

**Tabla 3**

*Implementación de pausas activas en las jornadas laborales*

Implementación de pausas activas en las jornadas laborales						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Incentivo por cumplimiento de actividad	Libretas y plumas	\$5,00	48	\$240,00	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/oficina-blocks-y-libretas-/p">https://www.polipapel.com/oficina-blocks-y-libretas-/p</a> <a href="https://www.polipapel.com/oficina-accesorios-de-oficina-y20285/p">https://www.polipapel.com/oficina-accesorios-de-oficina-y20285/p</a>
Costo total						\$240,00

- **Organización de talleres internos**

**Tabla 4**

*Organización de talleres internos*

Organización de talleres internos.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Charla sobre estrés y salud mental	Charla de una hora de duración	\$325,00	1	\$325,00	Psicóloga María Gracia Medina	Redes sociales de los profesionales
Ejercicio Team Building	Ejercicio de team building de una hora dentro de la empresa	\$325,00	1	\$325,00	Cognica Team Builing	Redes sociales de los profesionales
Costo total					\$650,00	

- **Implementación de un programa de beneficios para las mejores calificaciones**

**Tabla 5**

*Implementación de un programa de beneficios para las mejores calificaciones*

Implementación de programa de beneficio por mejores calificaciones						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Impresora para ganador de primer lugar	Premio mayor. Este sería únicamente para primer lugar.	\$200,00	3	\$600,00	Computrón	<a href="https://www.computron.com.ec/producto/impresora-epson-tinta-continua-l1250-wifi-33-ppm-negro-15-ppm-color-wifi/">https://www.computron.com.ec/producto/impresora-epson-tinta-continua-l1250-wifi-33-ppm-negro-15-ppm-color-wifi/</a>
Mochila con útiles escolares	Maleta	\$15,00	3	\$45,00	Megamaxi	<a href="https://www.megamaxi.com/shop/escolares-y-oficina/accesorios-escolares-y-oficina/mochilas/mochila-escolar-disenos-variados-para-nina-artic-star-unidad/">https://www.megamaxi.com/shop/escolares-y-oficina/accesorios-escolares-y-oficina/mochilas/mochila-escolar-disenos-variados-para-nina-artic-star-unidad/</a>
Hojas A4	De línea	\$1,99	4	\$7,96	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/papeleria-resmas-y06177/p">https://www.polipapel.com/papeleria-resmas-y06177/p</a>
Hojas A4	De cuadro	\$1,99	4	\$7,96	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/papeles-y-cartulinas-papeles-y24383/p">https://www.polipapel.com/papeles-y-cartulinas-papeles-y24383/p</a>
Hojas A4	De doble línea	\$1,99	4	\$7,96	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/papeleria-resmas-y06177/p">https://www.polipapel.com/papeleria-resmas-y06177/p</a>
Cartuchera	De dibujos animados	\$6,50	3	\$19,50	Vassari Kids	<a href="https://www.vasari.com.ec/kids-escolar-cartuchera-triple-frozen-ept177150-rs/p">https://www.vasari.com.ec/kids-escolar-cartuchera-triple-frozen-ept177150-rs/p</a>
Separadores de hoja	Colores surtidos	\$2,75	3	\$8,25	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/oficina-accesorios-de-oficina-y66123/p">https://www.polipapel.com/oficina-accesorios-de-oficina-y66123/p</a>

Cuaderno Espiral Jr. Estilo	Surtidos de 4 Líneas 100 Hojas	\$1,58	6	\$9,48	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/oficina-cuadernos-y11081/p">https://www.polipapel.com/oficina-cuadernos-y11081/p</a>
Cuaderno Verzatil D/A universitario	1 línea 100 hojas UV	\$1,90	6	\$11,40	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/escolar-cuadernos-y17938/p">https://www.polipapel.com/escolar-cuadernos-y17938/p</a>
Cuaderno Junior Estilo	Surtidos de 2 Líneas 100 Hojas	\$1,50	6	\$9,00	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/oficina-cuadernos-y11079/p">https://www.polipapel.com/oficina-cuadernos-y11079/p</a>
Cuaderno Verzatil D/A universitario	cuadros 100 hojas UV	\$1,79	6	\$10,74	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/escolar-cuadernos-y17939/p">https://www.polipapel.com/escolar-cuadernos-y17939/p</a>
Resma A4	Hoja blanca	\$4,25	3	\$12,75	Polipapel	<a href="https://www.polipapel.com/papeles-y-cartulinas-resmas-y02390/p">https://www.polipapel.com/papeles-y-cartulinas-resmas-y02390/p</a>
Costo total				\$750,00		

- **Convenio de prácticas preprofesionales con estudiantes de bachillerato de colegios locales.**

**Tabla 6**

*Convenio de prácticas preprofesionales con estudiantes de bachillerato de colegios locales*

Convenio de prácticas preprofesionales con estudiantes de colegios locales						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Remuneración por prácticas empresariales	Se establece un convenio por tres estudiantes al año, asignado directamente por el colegio según recomendación de profesores y calificaciones.	\$200,00	3	\$600,00	Escuela fiscal mixta kruger carrión Loor - Escuela fiscal Barquet de Isaías - Colegio Fiscal Leonidas García	Comunicación directa con los colegios
Costo total				\$600,00		

- **Implementación de un programa de mentorías**

**Tabla 7**

*Implementación de un programa de mentorías*

Implementación de programa de mentorías						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Bocaditos	150 bocaditos surtidos de sal	10	4	40	Dulce Antojo	Redes sociales del local
Bocaditos	150 bocaditos de dulce	10	4	40	Dulce Antojo	Redes sociales del local
Empanadas de verde	Desayuno principal	\$1,50	43	\$64,50	Empanadas de Mucho Lote	Directamente en el local
Colas	Sprite y Coca Cola	\$4,59	2	\$9,18	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/coca-cola-305-l-mas-sprite-31/948810/">https://www.frecuento.com/coca-cola-305-l-mas-sprite-31/948810/</a>
Vasos y utensilios	Pack 25 Uds Platos Redondos Desechables Mi Comisariato #6	\$0,55	3	\$1,65	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-25-uds-platos-redondos-desechables-mi-comisariato-6/909694/">https://www.frecuento.com/pack-25-uds-platos-redondos-desechables-mi-comisariato-6/909694/</a>
Vasos y utensilios	Pack 100 und Cucharita Desechable Darnel	\$0,98	1	\$0,98	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-100-und-cucharita-desechable-darnel/910375/">https://www.frecuento.com/pack-100-und-cucharita-desechable-darnel/910375/</a>
Vasos y utensilios	Pack 50 und Vaso Desechable de Papel Mi Comisariato 4oz	\$1,97	2	\$3,94	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-50-und-vaso-desechable-de-papel-mi-comisariato-4oz/910023/">https://www.frecuento.com/pack-50-und-vaso-desechable-de-papel-mi-comisariato-4oz/910023/</a>
Costo total					\$160,25	

- **Iniciativa "Cumpleaños del mes".**

**Tabla 8**

*Iniciativas "Cumpleaños del mes"*

Iniciativa cumpleaños del mes						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Torta Pecosa	Dos tortas de cumpleaños para 30 personas por mes	\$48,50	12	\$582,00	Dulce Antojo para bocaditos - Galleta pecosa para torta (\$25 cada torta para 30 personas)	Redes sociales del local
Bocaditos	150 bocaditos surtidos de sal y dulce	10,25	12	123	Dulce Antojo	Redes sociales del local
Colas	Sprite y Coca Cola	\$4,59	2	\$9,18	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/coca-cola-305-1-mas-sprite-31/948810/">https://www.frecuento.com/coca-cola-305-1-mas-sprite-31/948810/</a>
Vasos y utensilios	Pack 25 Uds Platos Redondos Desechables Mi Comisariato #6	\$0,55	3	\$1,65	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-25-uds-platos-redondos-desechables-mi-comisariato-6/909694/">https://www.frecuento.com/pack-25-uds-platos-redondos-desechables-mi-comisariato-6/909694/</a>
Vasos y utensilios	Pack 100 und Cucharita Desechable Darnel	\$0,98	1	\$0,98	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-100-und-cucharita-desechable-darnel/910375/">https://www.frecuento.com/pack-100-und-cucharita-desechable-darnel/910375/</a>
Vasos y utensilios	Pack 50 und Vaso Desechable de Papel Mi Comisariato 4oz	\$1,97	2	\$3,94	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-50-und-vaso-desechable-de-papel-mi-comisariato-4oz/910023/">https://www.frecuento.com/pack-50-und-vaso-desechable-de-papel-mi-comisariato-4oz/910023/</a>
Costo total					\$720,75	

- **Organización de festividades.**

**Tabla 9**

*Organización de festividades*

Organización de festividades						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Torta vainilla	Dos tortas para 30 personas por mes	\$40,00	4	\$160,00	Galleta pecosa	Redes sociales del local
Colas	Sprite y Coca Cola	\$5,00	2	\$10,00	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/cola-coca-cola-305-l-mas-sprite-31/948810/">https://www.frecuento.com/cola-coca-cola-305-l-mas-sprite-31/948810/</a>
Vasos y utensilios	Pack 25 Uds Platos Redondos Desechables Mi Comisariato #6	\$0,55	3	\$1,65	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-25-uds-platos-redondos-desechables-mi-comisariato-6/909694/">https://www.frecuento.com/pack-25-uds-platos-redondos-desechables-mi-comisariato-6/909694/</a>
Vasos y utensilios	Pack 100 und Cucharita Desechable Darnel	\$0,95	1	\$0,95	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-100-und-cucharita-desechable-darnel/910375/">https://www.frecuento.com/pack-100-und-cucharita-desechable-darnel/910375/</a>
Vasos y utensilios	Pack 50 und Vaso Desechable de Papel Mi Comisariato 4oz	\$1,96	3	\$5,88	Mi comisariato	<a href="https://www.frecuento.com/pack-50-und-vaso-desechable-de-papel-mi-comisariato-4oz/910023/">https://www.frecuento.com/pack-50-und-vaso-desechable-de-papel-mi-comisariato-4oz/910023/</a>
Sorteo de Giftcard	En base a mayor creatividad temática	25	4	100	Mi comisariato	Comprar en tienda
Bocaditos	150 bocaditos surtidos de sal y dulce	10,5	4	42	Dulce Antojo	Redes sociales del local
Costo total						\$320

## Eje ambiental

- **Creación de puntos ecológicos en las instalaciones de la empresa.**

**Tabla 10**

*Creación de puntos ecológicos en las instalaciones de la empresa*

Creación de puntos ecológicos en las instalaciones de la empresa						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Tacho de Basura de 53 Litros	Azul: Residuos reciclables	\$23.99	3	\$71.97	Biomundo	<a href="https://www.biomundoecuador.com/collections/tachos-y-contenedores-de-basura?srsltid=AfmBOooRkV_NxNX0IYNMqt_1eziL3UYr2_Kf0OSdRe0d_QxjnP0nbvsvE">https://www.biomundoecuador.com/collections/tachos-y-contenedores-de-basura?srsltid=AfmBOooRkV_NxNX0IYNMqt_1eziL3UYr2_Kf0OSdRe0d_QxjnP0nbvsvE</a>
	Negro: Residuos no reutilizables o reciclables	\$23.99	3	\$71.97		
	Verde: Residuos orgánicos	\$23.99	3	\$71.97		
	Rojo: Residuos peligrosos	\$23.99	3	\$71.97		
	Gris: Papel y cartón	\$23.99	3	\$71.97		
Costo total						\$359.85

- **Etiquetar los productos con información sobre el impacto ambiental de su fabricación.**

**Tabla 11** *Etiquetar los productos con información sobre el impacto ambiental de su fabricación*

Etiquetar los productos con información sobre el impacto ambiental de su fabricación.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta

Etiquetas personalizadas full color - impresión Xerox 6cm - 1000 u	3000 etiquetas pesonalizadas	\$25,99	3	\$77,97	Mighty Publicidad	<a href="https://www.instagram.com/mighty_publi/">https://www.instagram.com/mighty_publi/</a>
Costo total				\$77,97		

- **Contratar a un experto ambiental para ofrecer talleres sobre reciclabilidad y el impacto ambiental de los productos en la empresa.**

**Tabla 12**

*Contratar a un experto ambiental para ofrecer talleres sobre reciclabilidad y el impacto ambiental de los productos en la empresa*

Contratar a un experto ambiental para ofrecer talleres sobre reciclabilidad y el impacto ambiental de los productos en la empresa.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Coaching en prácticas de RSC - 1h	3 talleres de prácticas de RSC con un total de 3h (diferentes días en el año)	\$180,00	3	\$540,00	Consulta a experta en RSC por medio de la plataforma LinkedIn	<a href="https://www.linkedin.com/in/ver%C3%B3nica-de-la-parra-urrejola/">https://www.linkedin.com/in/ver%C3%B3nica-de-la-parra-urrejola/</a>
Costo total				\$540,00		

- Proveer a los empleados tomatodos para fomentar el consumo de agua responsable.

**Tabla 13**

*Proveer a los empleados tomatodos para fomentar el consumo de agua responsable*

Proveer a los empleados tomatodos para fomentar el consumo de agua responsable.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
TOMATODO DE ALUMINIO 600 ML BLANCO DOBLE TAPA	Tomatodos para 70 colaboradores	\$3,20	70	\$224,00	Econoprint	<a href="https://tiendaeconoprint.com/cart">https://tiendaeconoprint.com/cart</a>
Costo total					\$224,00	

- Sustituir vasos, platos y cubiertos desechables por opciones reutilizables o biodegradables

**Tabla 14**

*Sustituir vasos, platos y cubiertos desechables por opciones reutilizables*

Sustituir vasos, platos y cubiertos desechables por opciones reutilizables.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta

Set De Vajilla De 4 Puestos Diseño Bora CORONA 12 Piezas	48 tazas, platos hondos y soperas	\$22,00	12	\$264,00	Megamaxi	<a href="https://www.megamaxi.com/shop/hogar/menaje-de-cocina/juegos-de-vajilla/set-de-vajilla-de-4-puestos-diseno-bora-corona-12-piezas/">https://www.megamaxi.com/shop/hogar/menaje-de-cocina/juegos-de-vajilla/set-de-vajilla-de-4-puestos-diseno-bora-corona-12-piezas/</a>
JG.DE CUBIERTOS 36 Piezas 66906/790	36 cucharas, tenedores y cuchillos	\$30,18	3	\$90,54	Coral	<a href="https://coralhipermercados.com/jg-de-cubiertos-36pz-66906-790.html">https://coralhipermercados.com/jg-de-cubiertos-36pz-66906-790.html</a>
Costo total				\$354,54		

**Tabla 15**

*Sustituir vasos desechables por opciones biodegradables*

Sustituir vasos desechables por opciones biodegradables.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Vaso Doble Pared 9 Oz - Sin Impresión 500 u	2500 vasos para bebida caliente	\$58,35	5	\$291,75	Dream Pack	<a href="https://www.dreampack.com.ec/shop/product/vaso-doble-pared-9-oz-sin-impresion-14#attr=">https://www.dreampack.com.ec/shop/product/vaso-doble-pared-9-oz-sin-impresion-14#attr=</a>
Vaso Bebida Fría 8 Oz - Sin Impresión 1750 u	3500 cucharas, tenedores y cuchillos.	\$122,85	2	\$245,70		<a href="https://www.dreampack.com.ec/shop/product/vaso-bebida-fria-8-oz-sin-impresion-6#attr=">https://www.dreampack.com.ec/shop/product/vaso-bebida-fria-8-oz-sin-impresion-6#attr=</a>
Costo total				\$537,45		

## Eje económico

- **Instalar focos con sensores automáticos de iluminación para reducir el consumo de energía.**

**Tabla 16**

*Instalar focos con sensores automáticos de iluminación para reducir el consumo de energía*

Instalar focos con sensores automáticos de iluminación para reducir el consumo de energía.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Foco LED con sensor de movimiento y base E27. CARACTERÍSTICAS: 9W, Luz blanca, 810 lúmens, vida útil 15.000 horas.	30 focos con sensor automático	\$5,49	30	\$164,70	Kiwi	<a href="https://www.kywi.com.ec/foco-led-sensor-a60-e27-9w-l-blanc-volton/p">https://www.kywi.com.ec/foco-led-sensor-a60-e27-9w-l-blanc-volton/p</a>
Costo total						\$164,70

- Instalar grifos con temporizadores para reducir el consumo de agua.

**Tabla 17**

*Instalar grifos con temporizadores para reducir el consumo de agua*

Instalar grifos con temporizadores para reducir el consumo de agua.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta

Llave para lavamanos temporizada con roscas 1/2" He VPT conexión de agua 3/4" cromada.	8 grifos con temporizador	\$59,87	8	\$478,96	Kiwi	<a href="https://www.kywi.com.ec/llave-lav-temporizada-mesa-cr-edesa/p">https://www.kywi.com.ec/llave-lav-temporizada-mesa-cr-edesa/p</a>
Costo total				\$478,96		

- Diseñar una infraestructura de paneles solares en el techo de la empresa para generar energía renovable.

**Tabla 18**

*Diseñar una infraestructura de paneles solares en el techo de la empresa para generar energía renovable*

Diseñar una infraestructura de paneles solares en el techo de la empresa para generar energía renovable.						
Recurso	Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Proveedor	Medio de consulta
Kits conectados 8 paneles	El kit incluye todo lo necesario para instalar una pequeña planta fotovoltaica: 8 paneles monocristalino 550 wp 1 inversor bifásico 220 – 230 VAC Monitoreo Wi-Fi Cable DC 6MM <sup>2</sup> Conectores MC4 Sistema de anclaje Seccionador DC	\$4.999,00	1	\$4.999,00	Helios Strategia Ecuador	<a href="https://heliostategiaecuador.com/kits-conectados/">https://heliostategiaecuador.com/kits-conectados/</a>

---

SPD Tipo II DC + AC

Breaker AC

Materiales anexos

Instalación/Puesto en marcha

Trámite distribuidor.

---

Costo total

\$4.999,00

---

## Indicadores de desempeño

En este apartado se presentan los indicadores de desempeño establecidos para cada una de la estrategias planteadas.

**Tabla 19**

### *Indicadores de desempeño*

<b>Estrategias</b>	<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>	<b>Fórmula</b>
	<b>Eje social</b>		
Creación de un reglamento interno de trabajo.	Porcentaje de colaboradores que firman la recepción del reglamento	Constatar que el 100% de la nómina reciban el reglamento interno	$(\text{Colaboradores que firman} / \text{Total de colaboradores}) \times 100$
Implementación de pausas activas en las jornadas laborales. Iniciativa que se recomienda ser realizada una vez a la semana.	Número de colaboradores que realizaron las pausas activas	Verificar que por lo menos el 80% de los trabajadores realicen pausas activas	$(\text{Colaboradores que realizan pausas activas} / \text{Total de colaboradores}) \times 100$
Implementación de jornadas de vacunación por parte del Ministerio de Salud Pública (MSP) - Plan de vacunación 9-100.	Porcentaje de colaboradores vacunados	Validar que por lo menos el 90% de los trabajadores estén vacunados	$(\text{Colaboradores vacunados} / \text{Total de colaboradores}) \times 100$
Organización de talleres internos.	Número de colaboradores que participaron en los talleres	Corroborar que el 100% de los colaboradores acudan a los talleres planificados	$(\text{Colaboradores que asisten a los talleres} / \text{Total de colaboradores}) \times 100$

Implementación de un programa de beneficios para las mejores calificaciones entre los hijos de los colaboradores que estén cursando hasta séptimo de básica.	Porcentaje de hijos beneficiados	Corroborar que se premien a el 100% de de hijos elegibles premiados	$(\text{Hijos premiados} / \text{Total de hijos registrados}) \times 100$
Convenio de prácticas preprofesionales con estudiantes de bachillerato de colegios locales.	Número que finalizaron las prácticas	Constar que el 100% (3) de las estudiantes finalicen sus prácticas	$(\text{Estudiantes que finalizan sus prácticas} / \text{Estudiantes contratados}) \times 100$
Implementación de un programa de mentorías para la comunidad cercana en temas de emprendimiento y finanzas personales.	Número de personas capacitadas	Validar que el 20% de las personas de la comunidad asistan a las mentorías	$(\text{Personas capacitadas} / \text{Total de personas que viven en la comunidad}) \times 100$
Creación y promoción de políticas de tolerancia cero contra el acoso y la discriminación dentro del entorno laboral.	Número de colaboradores que conocen la política	Constar que el 100% de la nómina conozcan la política	$(\text{Colaboradores que conocen la política} / \text{Total de colaboradores}) \times 100$
Creación de comités internos para la evaluación y promoción de la equidad de género y la diversidad cultural.	Número de comités creados	Realizar 2 comités al año	$(\text{Número de comités realizados} / \text{Número de comités planificados}) \times 100$
Iniciativa "Cumpleañeros del mes".	Número de eventos realizados	Realizar 1 evento por cada mes del año (12)	$(\text{Número de eventos realizados} / \text{Número planificados}) \times 100$
Introducción de iniciativa "Cartas de agradecimiento".	Número de cartas entregadas	Entregar 10 cartas en el año	$(\text{Número de cartas entregadas} / \text{Número de cartas planificadas}) \times 100$

Establecimiento de concurso por departamentos enfocado en actividades físicas.	Número de colaboradores inscritos en el concurso	Constatar que el 60% de la nómina participe en el concurso	$(\text{Colaboradores inscritos en el concurso} / \text{Total de colaboradores}) \times 100$
Organizar celebraciones por festividades (Navidad, Halloween, día de la mujer y día del hombre).	Número de celebraciones realizadas	Realizar 4 celebraciones en el año	$(\text{Número de celebraciones realizados} / \text{Número de celebraciones planificadas}) \times 100$
Campaña de comunicación interna.	Porcentaje de apertura de correos	Verificar que se tenga como mínimo una tasa del 75% de apertura	$(\text{Correos abiertos} / \text{Correos enviados}) \times 100$

---

**Eje ambiental**

---

Creación de puntos ecológicos en las instalaciones de la empresa.	Porcentaje de empleados utilizando los puntos ecológicos para clasificar los desperdicios.	80% de participación de los empleados.	$(\text{Número de empleados que utilizan los puntos ecológicos} / \text{Total de empleados}) \times 100.$
Concurso "Recicla y gana".	Número de empleados que entregan por lo menos entregaron material reciclado una vez	Al final del concurso haber entregado 200 tickets	$(\text{Número de tickets entregados} / \text{Total de colaboradores}) \times 100.$
Concurso "Apaga y desconecta".	Número de departamentos que participan en la actividad	Participación del 100% de los departamentos en la actividad	$(\text{Departamentos que participan en la actividad} / \text{Total de departamentos}) \times 100$
Difusión de material educativo sobre la importancia del ahorro de recursos, incluyendo agua, energía, y otros recursos relevantes.	Tasa de apertura de boletines enviados por correo electrónico.	70% de tasa de apertura de correos.	$(\text{Correos abiertos} / \text{Correos enviados}) \times 100.$

Etiquetar los productos con información sobre el impacto ambiental de su fabricación.	Número de productos etiquetados correctamente.	Etiquetar el 100% de los productos nuevos.	(Productos etiquetados / Productos totales) x 100.
Contratar a un experto ambiental para ofrecer talleres sobre reciclabilidad y el impacto ambiental de los productos en la empresa.	Número de empleados capacitados por taller.	80% de los empleados capacitados por taller.	(Número de empleados capacitados / Total de empleados) x 100.
Proveer a los empleados tomatodos para fomentar el consumo de agua responsable.	Número de tomatodos entregados.	Entregar 1 tomatodo por empleado.	(Número de tomatodos entregados / Total de empleados).
Trabajar con proveedores que certifiquen prácticas sostenibles y éticas en su cadena de suministro.	Porcentaje de proveedores con certificación sostenible.	10% de proveedores con certificación.	(Proveedores certificados / Total de proveedores) x 100.
Sustituir vasos, platos y cubiertos desechables por opciones reutilizables.	Número de utensilios reutilizables distribuidos.	Reemplazar el 100% de los utensilios desechables por reutilizables.	Número de utensilios comprados / Total de utensilios) x 100.
Sustituir vasos desechables por opciones biodegradables.	Número de utensilios biodegradables distribuidos.	Distribuir 100% de los utensilios biodegradables necesarios.	(Número de utensilios biodegradables / Total de utensilios desechables) x 100.

---

**Eje económico**

---

Instalar focos con sensores automáticos de iluminación para reducir el consumo de energía.	Porcentaje de áreas con sensores automáticos de iluminación instalados.	Instalar sensores en el 70% de las áreas comunes.	(Áreas con sensores / Total de áreas comunes) x 100.
--	---	---	--

Instalar grifos con temporizadores para reducir el consumo de agua.	Porcentaje de grifos con temporizador instalados en las áreas correspondientes.	Instalar en el 50% de las áreas comunes.	$(\text{Grifos instalados} / \text{Total de grifos necesarios}) \times 100.$
Diseñar una infraestructura de paneles solares en el techo de la empresa para generar energía renovable.	Porcentaje de energía renovable generada por los paneles solares en relación con el consumo total.	Generar al menos un 2.9% de la energía consumida por la empresa en el mes.	$(\text{Energía generada por paneles solares} / \text{Energía consumida en el mes}) \times 100.$

---

