



**ESPE**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN FINANZAS - CONTADOR PÚBLICO  
- AUDITOR**

**TEMA: ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA  
ASOCIATIVA EN COMPAÑÍAS Y ASOCIACIONES TEXTILES DE  
LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI Y  
PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA  
EL BALANCE SOCIAL**

**AUTORES: DIANA LISETH ESCOBAR GUALA  
CHRISTIAN PAÚL ABRIL CHAFLA**

**DIRECTOR: ING. JULIO CÉSAR TAPIA LEÓN**

**LATACUNGA**

**2017**



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA**

**CERTIFICADO**

Certifico que el trabajo de titulación “**ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN COMPAÑÍAS Y ASOCIACIONES TEXTILES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA EL BALANCE SOCIAL.**” realizado por el señor **CHRISTIAN PAÚL ABRIL CHAFLA** y la señorita **DIANA LISETH ESCOBAR GUALA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al señor **CHRISTIAN PAÚL ABRIL CHAFLA** y la señorita **DIANA LISETH ESCOBAR GUALA** para que lo sustente públicamente.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Julio', is written over a horizontal dashed line.

**Latacunga, 28 febrero de 2018**

**Ing. Julio César Tapia León**

**DIRECTOR**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **CHRISTIAN PAÚL ABRIL CHAFLA**, con cédula de identidad N° 1804318150 y **DIANA LISETH ESCOBAR GUALA** con cédula de identidad N° 0503628570, declaramos que este trabajo de titulación, **“ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN COMPAÑÍAS Y ASOCIACIONES TEXTILES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA EL BALANCE SOCIAL.”**, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros cuyas fuentes bibliográficas se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

**Latacunga, 28 febrero de 2018**

-----  
DIANA LISETH ESCOBAR GUALA  
C.C.: 0503628570

-----  
CHRISTIAN PAÚL ABRIL CHAFLA  
C.C.: 1804318150



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **CHRISTIAN PAÚL ABRIL CHAFLA**, con cédula de identidad N° 1804318150 y **DIANA LISETH ESCOBAR GUALA** con cédula de identidad N° 0503628570, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación. **“ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN COMPAÑÍAS Y ASOCIACIONES TEXTILES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA EL BALANCE SOCIAL.”** Cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

**Latacunga, 28 febrero de 2018**



-----  
DIANA LISETH ESCOBAR GUALA  
C.C.: 0503628570



-----  
CHRISTIAN PAÚL ABRIL CHAFLA  
C.C.: 1804318150

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo es dedicado a nuestras distinguidas familias, las cuales son pilares fundamentales en el desarrollo de nuestras vidas y en la ejecución de las metas más importantes para nosotros.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios quien guía nuestro camino, a nuestros padres por el apoyo fundamental en nuestro progreso académico y profesional, a nuestros amigos por su incondicional compañía en este continuo proceso de aprendizaje y crecimiento, a la Universidad de las Fuerzas Armadas la cual a través del conocimiento y aporte de sus docentes han hecho viables alcanzar esta inmejorable meta. Un agradecimiento especial al Ing. Galo Ramiro Vásquez Acosta (†), quien formó parte importante en el desarrollo del actual proyecto de investigación, Dios lo guarde en su eterna Gloria.

*Los Autores.*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>CERTIFICADO</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	<b>iii</b>
<b>AUTORIZACIÓN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICAS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xviii</b>

### CAPÍTULO I

<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
1.1. Título del proyecto.....	1
1.2. Antecedentes .....	1
1.3. Planteamiento del problema.....	4
1.3.1. Macro: Responsabilidad Social y Balance Social a nivel global. ....	4
1.3.2. Meso: Responsabilidad Social y Balance Social a nivel de Ecuador.....	6
1.3.3. Micro: Responsabilidad Social y Balance Social a nivel de Latacunga .....	7
1.4. Árbol de problemas .....	9
1.5. Justificación e importancia. ....	10
1.6. Objetivos .....	11
1.6.1. Objetivo general.....	11
1.6.2. Objetivos específicos. ....	11
1.7. Hipótesis .....	11
1.8. Diagnóstico .....	11
1.9. Prognóstico .....	12
1.10. Operacionalización de variables .....	12

### CAPÍTULO II

<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>15</b>
2.1. Antecedentes .....	15

2.1.1.	Historia de la responsabilidad social.....	15
2.1.2.	Historia del balance social .....	19
2.2.	Base Teórica.....	21
2.2.1.	La Responsabilidad Social y sus dimensiones .....	21
A.	Dimensión económica:.....	22
B.	Dimensión social:.....	22
C.	Dimensión medioambiental: .....	23
2.2.2.	Principios de responsabilidad social según la norma ISO 26000 .....	23
A.	Rendición de cuentas .....	23
B.	Transparencia.....	24
C.	Comportamiento ético.....	24
D.	Respeto a los intereses de las partes interesadas .....	24
E.	Respeto al principio de Legalidad.....	24
F.	Respeto a la normativa internacional de comportamiento. ....	24
G.	Respeto a los derechos humanos.....	25
2.2.3.	Administración Solidaria y Balance Social .....	25
2.2.4.	La Acumulación Solidaria .....	25
2.2.5.	La Economía Social y Solidaria Como Escenario Nuevo De La Mutualidad .....	26
2.2.6.	Las Empresas Asociativas de Trabajo .....	26
2.2.7.	Importancia de la elaboración de un Balance social. ....	27
2.2.8.	Macrodimensiones del balance social.....	27
2.3.	Base conceptual .....	30
2.3.1.	Responsabilidad Social Empresarial.....	30
2.3.2.	Balance Social.....	31
2.3.3.	Desarrollo Sostenible .....	32
2.3.4.	Economía Popular y Solidaria .....	32
2.4.	Base Legal.....	32
2.4.1.	Ley de la Economía Popular y Solidaria.....	32
2.4.2.	Plan Nacional del Buen Vivir .....	33

### **CAPÍTULO III**

<b>3.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>35</b>
3.1.	Enfoque de la investigación. ....	35
3.2.	Tipo de investigación.....	36
3.2.1.	Investigación de campo.....	36

3.2.2.	Investigación documental .....	36
3.3.	Diseño de la investigación .....	37
3.4.	Niveles de investigación .....	37
3.5.	Población y muestra.....	37
3.5.1.	Población .....	37
3.5.2.	Muestra .....	38
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.6.1.	Diseño del instrumento de recolección de información.....	40
3.6.2.	Validez y confiabilidad del instrumento de recolección .....	44
3.7.	Técnicas de análisis de datos .....	46
3.8.	Resultados de la encuesta.....	46
3.8.1.	Conocimiento sobre Responsabilidad Solidaria Asociativa .....	47
3.8.2.	Principales beneficios al ser parte de una asociación.....	48
3.8.3.	Principales aportes a la sociedad.....	49
3.8.4.	Aspectos de madejo en la aplicación de políticas de Responsabilidad Solidaria Asociativa .....	50
3.8.5.	Desarrollo de planes de ayuda social .....	51
3.8.6.	Establecimientos textiles beneficiados por perteneces a una asociación .....	52
3.8.7.	Conocimiento sobre el Balance Social.....	53
3.8.8.	Beneficios más importantes para los trabajadores dentro de la asociación.....	54
3.8.9.	Motivo para que los clientes adquieran su producción .....	55
3.8.10.	Principales apoyos a la comunidad por parte de la asociación .....	56
3.8.11.	La Responsabilidad Solidaria Asociativa como promotora de buenos resultados en el Balance Social.....	57
3.9.	Informe de Investigación .....	58

#### **CAPÍTULO IV**

<b>4.</b>	<b>ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ASOCIATIVA EN LAS ASOCIACIONES TEXTILES DEL CANTÓN LATACUNGA.....</b>	<b>60</b>
4.1.	Análisis macro del sector de asociaciones textiles en Latinoamérica y Ecuador.....	60
4.1.1.	Desarrollo del sector textil .....	61
4.1.2.	Sector textil en los principales países de América Latina.....	62
4.1.3.	Industria textil en el Ecuador .....	64
A.	Aspectos económicos.....	64
B.	Aspectos políticos .....	69



C.	Aspecto social y cultural .....	69
D.	Aspecto de Mercado .....	70
4.2.	Análisis micro de las asociaciones textiles de Cotopaxi .....	71
4.2.1.	Cantón Latacunga .....	73
4.2.2.	Análisis de cumplimiento en las asociaciones textiles del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi. ....	75
4.3.	Informe del diagnóstico. ....	76
4.4.	Comprobación de hipótesis. ....	78
4.5.	Informe Final de investigación. ....	81

## CAPÍTULO V

<b>5.</b>	<b>PROPUESTA .....</b>	<b>83</b>
5.1.	Desarrollo de la propuesta .....	83
5.1.1.	Título.....	83
5.1.2.	Beneficiarios .....	83
5.1.3.	Objetivos .....	83
A.	Objetivo general.....	83
B.	Objetivos específicos .....	83
5.1.4.	Justificación .....	84
5.1.5.	Metodología .....	84
5.1.6.	Definición de criterios.....	85
5.1.7.	Establecimiento de indicadores.....	86
A.	Macrodimensión 1: Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales.....	87
A.1.	Dimensión: Prelación del trabajo sobre el capital.....	87
A.1.1.	Indicador cualitativo: Promoción de nuevos trabajadores por año .....	87
A.1.2.	Indicador cuantitativo: Porcentaje de trabajadores despedidos.....	87
A.1.3.	Indicador cuantitativo: Horas hombre.....	88
A.1.4.	Indicador cuantitativo: Remuneración digna .....	89
A.1.5.	Indicador cualitativo: Armonía laboral y familiar .....	90
A.2.	Dimensión 2.- prelación del interés colectivo sobre los individuales .....	90
A.2.1.	Indicador cualitativo: Clima laboral .....	90
A.2.2.	Indicador cualitativo: Programas de salud y bienestar social .....	91
A.2.3.	Indicador cualitativo. Programas de educación para la familia .....	91
A.2.4.	Indicador: cualitativo: Servicio de comida para los trabajadores .....	91

A.2.5.	Indicador cuantitativo: Trabajo comunitario.....	91
A.3.	Dimensión 3. Ocio liberador .....	92
A.3.1.	Indicador cuantitativo. Recreación y esparcimiento .....	93
B.	Macrodimesión: Asociación voluntaria equitativa y respeto a la identidad cultural ..	94
B.1.	Dimensiónn 1: Accesibilidad asociativa y cooperativa. ....	94
B.1.1.	Proceso de ingreso de nuevos socios .....	94
B.1.2.	Indicador cualitativo: Políticas que establecen los procesos no discriminatorios.....	94
B.2.	Dimensión 2 Retiro de asociados.....	94
B.2.1.	Indicador cualitativo: Registro de retiro de asociados .....	94
B.3.	Dimensión 3: Conocimiento cooperativo del sistema económico social y solidario ..	94
B.3.1.	Indicador cualitativo: Conocimiento de las leyes y normativas.....	95
C.	Macrodimensión: Autogestión y autonomía .....	95
C.1.	Dimensión 1 Control democrático para socios ya asociados .....	95
C.1.1.	Indicador cuantitativo: Asambleas asistidas .....	95
C.2.	Dimensión 2 Transparencia informativa.....	96
C.2.1.	Indicador cualitativo: Transparencia informativa .....	96
C.2.2.	Indicador cualitativo: Medios para comunicar la información .....	96
C.3.	Dimensión 3 Acuerdos con otras organizaciones externas con la EPS y SFPS (sistema financiero popular y solidario).....	97
C.3.1.	Indicador cuantitativo: Acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS y SFPS .....	97
C.4.	Dimensión 4 Relación con el Estado .....	98
C.4.1.	Indicador cualitativo: Impuestos totales pagados .....	98
C.4.2.	Indicador cualitativo: Aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS ...	98
C.4.3.	Indicador cualitativo: Sanciones y multas .....	98
D.	Macrodimensión: Participación económico social y distribución equitativa de excedentes .....	98
D.1.	Dimensión 1 Concentración de aportes sociales.....	99
D.1.1.	Indicador cuantitativo: Aportes de socios.....	99
D.2.	Dimensión 2 Valor agregado cooperativo .....	100
D.2.1.	Indicador cuantitativo: Valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores .....	100
D.2.2.	Indicador cuantitativo: Valor agregado cooperativo distribuido a socios.....	101
D.2.3.	Indicador cuantitativo: Valor agregado cooperativo distribuido a la comunidad .....	102
D.2.4.	Indicador cuantitativo: Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común.....	103
E.	Macrodimensión: Educación capacitación y comunicación .....	104

E.1.	Dimensión 1: inversión en educación .....	104
E.1.1.	Indicador cuantitativo: Empleados capacitados .....	105
E.1.2.	Indicador cuantitativo: Directivos capacitados .....	106
E.1.3.	Indicador cuantitativo: Inversión total en capacitación .....	107
E.2.	Dimensión 2 incidencias de acciones educativas.....	108
E.2.1.	Indicador cuantitativo: Ascensos como resultado de las capacitaciones .....	108
E.3.	Dimensión 3: Comunicación.....	109
E.3.1.	Indicador cualitativo: Medios de comunicación externos utilizados .....	109
E.3.2.	Indicador cualitativo: Medios de comunicación internos .....	109
E.3.3.	Indicador cuantitativo: Inversión en medios de comunicación externos .....	109
E.3.4.	Indicador cuantitativo: Inversión en medios de comunicación interna.....	110
F.	Macrodimensión: Cooperación e integración del sector Económico Popular y Solidario.....	111
F.1.	Dimensión 1: intercooperación .....	111
F.1.1.	Indicador cuantitativo: Operaciones con los proveedores de la EPS .....	112
F.1.2.	Indicador cuantitativo: Operaciones con los clientes de la EPS .....	113
F.2.	Dimensión 2 Integración sectorial .....	114
F.2.1.	Indicador cualitativo: Acuerdos suscritos con identidades de la EPS.....	114
G.	Macrodimensión: Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental .....	114
G.1.	Dimensión 1: Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental.....	114
G.1.1.	Indicador cualitativo: Código de ética .....	114
G.1.2.	Indicador cualitativo: Transacciones equitativas .....	114
G.1.3.	Indicador cuantitativo: Compromiso con la comunidad .....	114
G.1.4.	Indicador cuantitativo: Normativa medio ambiental.....	115
G.1.5.	Capacitación en medio ambiente .....	115
G.1.6.	Indicador cuantitativo: Programas medioambientales .....	116
G.1.7.	Indicador cuantitativo: Actividades medioambientales .....	117
5.2.	Presentación .....	118
5.3.	Informe de aplicación .....	121
5.4.	Diseño operativo de la propuesta .....	127
5.5.	Desarrollo de un plan estratégico y balanced scorecard para el caso de estudio .....	147
5.5.1.	Misión, visión y valores.....	148
5.5.2.	Matriz DAFO.....	149
5.5.3.	Objetivos estratégicos .....	150
5.5.4.	Plan estratégico .....	151

5.5.5. Cuadro de mando integral o BSC .....	155
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>158</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>160</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>161</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>169</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables .....	12
Tabla 2. Evolución de la responsabilidad social en el mundo .....	17
Tabla 3. Modelos de balance social en el mundo .....	20
Tabla 4. Resumen de las macrodimensiones .....	29
Tabla 5. Población .....	38
Tabla 6. Número de muestra por cada asociación.....	39
Tabla 7. Conocimiento sobre Responsabilidad Solidaria Asociativa .....	47
Tabla 8. Principales beneficios al ser parte de una asociación .....	48
Tabla 9. Principales aportes de una asociación a la sociedad .....	49
Tabla 10. Aspectos de mejora en la aplicación de políticas de Responsabilidad Solidaria Asociativa. ...	50
Tabla 11. Desarrollo de planes de ayuda social. ....	51
Tabla 12. Establecimientos textiles beneficiados por pertenecer a una asociación .....	52
Tabla 13. Conocimiento sobre el Balance Social.....	53
Tabla 14. Beneficio más importante para los trabajadores en el interior de las asociaciones.....	54
Tabla 15. Principales motivos de los clientes para adquirir la producción de las asociaciones textiles. ..	55
Tabla 16. Principales apoyos a la comunidad por parte de las asociaciones .....	56
Tabla 17. Incidencia de la Responsabilidad Solidaria Asociativa en el Balance Social .....	57
Tabla 18. Desarrollo del sector textil .....	61
Tabla 19. El sector textil en los principales países de América Latina .....	62
Tabla 20. PIB de la industria manufacturera.....	67
Tabla 21. Variables de estudio.....	78
Tabla 22. Cruzada de Variables .....	79
Tabla 23. Cálculo manual del chi- cuadrado.....	79
Tabla 24. Prueba del Chi – Cuadrado .....	80
Tabla 25. Macrodimensiones y dimensiones .....	86
Tabla 26. Macrodimensión 1 .....	122
Tabla 27. Macrodimensión 2 .....	123
Tabla 28. Macrodimensión 3 .....	123
Tabla 29. Macrodimensión 4 .....	124
Tabla 30. Macrodimensión 5 .....	125
Tabla 31. Macrodimensión 6.....	126
Tabla 32. Macrodimensión 7 .....	126
Tabla 33. Misión, visión y valores.....	148
Tabla 34. Matriz FODA.....	149
Tabla 35. Matriz DAFO.....	150
Tabla 36. Objetivos estratégicos .....	151
Tabla 37. Plan Estratégico .....	152
Tabla 38. Cuadro de mando integral.....	155

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

Figura 1. Árbol de problema.....	9
Figura 2. Importancia de la elaboración de un Balance social.....	27
Figura 3. Responsabilidad social empresarial.....	30
Figura 4. Balance Social.....	31
Figura 5. Desarrollo Sostenible.....	32
Figura 6. Conocimiento sobre Responsabilidad Solidaria Asociativa.....	47
Figura 7. Principales beneficios al ser parte de una organización.....	48
Figura 8. Principales aportes a la sociedad por parte de las asociaciones.....	49
Figura 9. Aspectos de mejora en la aplicación de políticas de RSA.....	50
Figura 10. Desarrollo de planes de ayuda social.....	51
Figura 11. Establecimientos textiles beneficiados por pertenecer a una asociación.....	52
Figura 12. Conocimiento sobre el Balance Social.....	53
Figura 13. Beneficio más importante para los trabajadores en el interior de las asociaciones textiles.....	54
Figura 14. Principales motivos de los clientes para adquirir la producción de las asociaciones textiles.....	55
Figura 15. Principales apoyos a la comunidad por parte de las asociaciones.....	56
Figura 16. Incidencia de la Responsabilidad Solidaria Asociativa en la obtención de buenos resultados en el balance Social en las asociaciones textiles.....	57
Figura 17. Industria textil en el Ecuador.....	64
Figura 18. Total de personas ocupadas dentro en las diferentes empresas en el Ecuador.....	65
Figura 19. Total de personas ocupadas dentro de la industria textil.....	65
Figura 20. Establecimientos textiles en el Ecuador.....	66
Figura 21. Total de establecimientos existentes en el Ecuador.....	68
Figura 22. Porcentaje de ventas de las diferentes industrias.....	73
Figura 23. Total de personal ocupado en los diferentes sectores económicos.....	74
Figura 24. Asociaciones textiles del cantón Latacunga.....	75
Figura 25. Chi cuadrado.....	80
Figura 26. Valoraciones para los indicadores cualitativos.....	86
Figura 27. Trabajadores despedidos.....	88
Figura 28. Horas hombre.....	89
Figura 29. Remuneración digna.....	90
Figura 30. Trabajo comunitario.....	92
Figura 31. Recreación y esparcimiento.....	93
Figura 32. Asambleas asistidas.....	96
Figura 33. Acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS y SFPS.....	97
Figura 34. Aporte de socios.....	99
Figura 35. Valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores.....	101
Figura 36. Valor agregado cooperativo distribuido a los socios.....	102
Figura 37. Valor agregado cooperativo distribuido a la comunidad.....	103
Figura 38. Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común.....	104
Figura 39. Porcentaje de empleados capacitados.....	105
Figura 40. Porcentaje de directivos capacitados.....	106

Figura 41. Inversión total en capacitaciones .....	107
Figura 42. Ascenso como resultado de las capacitaciones.....	108
Figura 43. Inversión en medios de comunicación externa.....	110
Figura 44. Inversión en medios de comunicación interna.....	111
Figura 45. Operaciones con los proveedores de la EPS.....	112
Figura 46. Operaciones con clientes de la EPS.....	113
Figura 47. Compromiso con la comunidad.....	115
Figura 48. Capacitación del personal en medio ambiente.....	116
Figura 49. Programas ambientales .....	117
Figura 50. Actividades medioambientales .....	118
Figura 51. Portada.....	119
Figura 52. Macrodimensiones.....	120
Figura 53 Indicadores .....	121
Figura 54. Resultados.....	127
Figura 55. Portada.....	128
Figura 56. Macrodimensión 1 .....	128
Figura 57. Trabajadores despedidos.....	129
Figura 58. Horas hombre .....	130
Figura 59. Remuneración Digna .....	130
Figura 60. Trabajo comunitario .....	131
Figura 61. Recreación, Ocio, Esparcimiento .....	132
Figura 62. MACRODIMENSIÓN 2 .....	132
Figura 63. MACRODIMENSIÓN 3 .....	133
Figura 64. Asambleas asistidas .....	134
Figura 65. Acuerdos o convenios con otras organizaciones .....	134
Figura 66. MACRODIMENSIÓN 4 .....	135
Figura 67. Aportes de socios.....	135
Figura 68. Valor agregado cooperativo ha distribuido a trabajadores .....	136
Figura 69. Valor agregado cooperativo ha distribuido a los socios .....	137
Figura 70. Valor agregado cooperativo ha distribuido a la comunidad .....	137
Figura 71. Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común .....	138
Figura 72. MACRODIMENSIÓN 5 .....	139
Figura 73. Porcentaje empleados capacitados.....	139
Figura 74. Directivos capacitados.....	140
Figura 75. Inversión total en capacitación .....	140
Figura 76. Ascensos como resultado de la capacitación .....	141
Figura 77. Inversión en medios de comunicación externos .....	142
Figura 78. Inversión en medios de comunicación internos.....	142
Figura 79. MACRODIMENSIÓN 6 .....	143
Figura 80. Operaciones con proveedores de la EPS .....	144
Figura 81. Operaciones con clientes de la EPS.....	144
Figura 82. MACRODIMENSIÓN 7 .....	145
Figura 83. Compromiso con la comunidad.....	145
Figura 84. Capacitación personal en medio ambiente .....	146

Figura 85. Programas medioambientales .....	146
Figura 86. Actividades medioambientales .....	147



## **RESUMEN**

Los constantes cambios del mundo actual, impulsan a las organizaciones a adoptar comportamientos orientados a una mayor participación en la sociedad que van más allá de los aspectos económicos, sino que se incluyen además aspectos sociales, y también aspectos medioambientales, lo cual en un compendio general se conoce como Responsabilidad Social. El sistema económico ecuatoriano es de carácter social y solidario, esto se enmarca en el Plan Nacional del Buen Vivir el cuál, además, se destaca la importancia del desarrollo sostenible en el país. La Economía Popular y Solidaria (EPS) a través de sus participantes representan una gran fuerza dentro del dinamismo económico del país, siendo uno de los sectores integrantes de la EPS el asociativo textil. En el cantón de Latacunga el sector asociativo textil tiene una participación muy activa en la economía local por lo que es importante que los integrantes del sector hagan frente a la responsabilidad solidara asociativa que demanda el poder realizar sus operaciones productivas en la ciudad, siendo el balance social un instrumento elemental para informar a la sociedad el grado de compromiso con la misma. El presenta proyecto coloca a disposición de los integrantes del sector asociativo textil un simulador que permite evaluar el balance social y a su vez reflejar el nivel de responsabilidad solidaria asociativa.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA**
- **BALANCE SOCIAL**
- **SECTOR ASOCIATIVO TEXTIL**

## **ABSTRACT**

The continuous world changes, incentive to organizations to adopt behaviors looking for increase in the participation of them into the society considering not only economic aspects, is important to look for social and environmental aspects too, the compilation of all this aspects is known as Social Responsibility. In other hand, the Ecuadorian economic system is social and solidary; it's supported in the National Plan of the Good Living (PNBV by its initials in Spanish) which also make emphasis in the importance of the sustainable growing in the country. The Popular and Solidarity Economy through their participants represents a great force into the economic dynamism of Ecuador, making part of this the textile associative sector. In Latacunga canton, the textile associative sector has a too active participation in the local economy, therefore, it's important that the members of the sector deal with the associative solidarity responsibility product of the economic operations in the city, and the social balance it's an important tool to communicate to the society the level of compromise with her. The present project offers to the members of the textile associative sector a simulator that allows evaluating the social balance and at the same time reflect the level of associative solidarity responsibility.

### **KEYWORDS:**

- **ASSOCIATIVE SOLIDARITY RESPONSIBILITY**
- **SOCIAL BALANCE**
- **TEXTILE ASSOCIATIVE SECTOR**

# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Título del proyecto.**

ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN COMPAÑÍAS Y ASOCIACIONES TEXTILES DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA EL BALANCE SOCIAL.

### **1.2. Antecedentes**

La responsabilidad social empresarial y la elaboración y presentación de un balance social es un tema que surgió en el Ecuador en la última década, existe poco conocimiento e información sobre el tema por lo que las empresas del sector popular y solidario no aplican estos programas en su mayoría ya que estas no tiene conocimiento de las de las ventajas que el ser socialmente responsable les brinda, pero en los últimos tiempos se han realizado varias investigaciones respecto al tema en diferentes sectores, los cuales los mencionamos a continuación.

Según (Mora Mulla, Marcillo Parra, & Aguilar Salazar, 2014) señala que las empresas de telecomunicaciones están en un proceso de surgimiento, por lo cual su principal objetivo es obtener rentabilidad, por el mismo motivo la mayoría de estas empresas no aplican programas de responsabilidad social ya que aplicar esto significaría incrementar sus costos y destinar parte de sus réditos a dichos programas, muchas empresas tienen interés de participar en los programas de RSE siempre y cuando reciban una contribución por parte del Estado.

El estudio realizado demuestra que la mayoría de empresas de telecomunicaciones existentes en el Ecuador tiene interés de responsabilidad social interno mas no externo es decir no tienen ningún interés en participar con la comunidad ni brindar ninguna ayuda social.

Además, se pudo comprobar que el conocimiento de RSE en este sector es muy básico ya que la mayoría relaciona a la responsabilidad social empresarial con cumplir leyes y normas. (p.8)

Según (Aucapiña Maza & Sinchi Sinchi, 2012) en su tema de investigación “Análisis de la responsabilidad social empresarial en el transporte escolar urbano en la ciudad de Cuenca caso TRANSTUDIAN.” mencionan que los resultados de la investigación señalan que no se encuentran trabajos de programas de responsabilidad social empresarial en el Ecuador exclusivamente en la ciudad de Cuenca en el sector de transporte, esto se llegó a concluir gracias a las estadísticas existentes sobre atropellos, accidentes pérdidas materiales producidos en la ciudad que afectan a la sociedad.

Además, se concluyó que las prácticas de responsabilidad social no es algo que debe hacerse solo por el momento, que debe existir programas de capacitación sobre el tema y no considerarla a esta solo como un ámbito ambiental sino también social y contribuir con la comunidad.

Las prácticas de RSE ayudan a que las empresas surjan y sean más competitivas ya que si éstas actúan con ética y valores pueden aumentar su mercado y por ende sus utilidades.

(Aucapiña Maza & Sinchi Sinchi, 2012) mencionan que cuando surgieron las prácticas de responsabilidad social las empresas no estaban obligadas a adoptarlas, pero ahora con el pasar de los años esto se convirtió en una obligación ya que brindan muchos beneficios tanto con la empresa como con la sociedad y el medio ambiente. (p.166)

Según (Martínez Sánchez, 2014) señala que:

El Balance Social es un instrumento que permite medir la responsabilidad social de las cooperativas es un documento público que estará a disposición para los socios, directivos y las personas de interés, sus características principales son periodicidad, oportunidad, equidad, confiabilidad, comprensibilidad y claridad. (p.31)

Dentro de la investigación menciona también que existe varios modelos para la elaboración de un balance social, y se debe utilizar el que mejor se adapte a cada sector, se recomienda utilizar el modelo propuesto por la SEPS (superintendencia de economía popular y solidaria) que se adapta más a las empresas inmersas en la economía popular y solidaria.

A su vez existen otros modelos por ejemplo el modelo proporcionado por el Instituto ETHOS, El modelo ACI-Américas (Alianza Cooperativa Internacional de las Américas), El modelo SISCO (Sistema de Información Social Cooperativo), El modelo OIT (Organización Internacional del trabajo), entre otros. (p.22)

Según (Jácome Zambrano, 2017) en su tema de investigación “análisis de cumplimiento del balance social empresarial en las pymes del ecuador.” Establece que en el Ecuador las empresas que participan en programas de RSE son más apetecibles para el mercado para el personal que laboran dentro de ellos y para las personas que deciden invertir en ella, según el estudio realizado todas las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) que se encuentran afiliadas a la superintendencia de economía popular y solidaria deben presentar el balance social en cual se pueda observar como contribuyen estas con la sociedad y el medio ambiente. (p.10)

Los resultados de la investigación llegaron a las siguientes conclusiones:

- Omitir presentación del balance social provoca que la organización no pueda informar a la sociedad como aporta en materia de recursos humanos y su relación con la misma obligándole así a evitar su crecimiento y desarrollo.
- No se puede hablar de un Balance Social si la empresa no es socialmente responsable ya que se necesita de esto para poder desarrollarlo
- Las PYMES investigadas manifiestan que al balance social lo consideran como un valor intangible ya que ser socialmente responsable y presentar periódicamente un balance social ayuda a esta a mediano o largo plazo a tener más rentabilidad y competitividad porque se considera a la RSE como una estrategia clave para el desarrollo de las empresas. (p.78)

### **1.3. Planteamiento del problema.**

(Blanco Jiménez, y otros, 2016) establece que el planteamiento del problema tiene la finalidad de definir y delimitar el objeto del estudio, este debe estar explícitamente formulado, debe contener una relación entre dos o más variables las cuales están sujetas a un periodo de tiempo y a un lugar determinado. (p, 5)

#### **1.3.1. Macro: Responsabilidad Social y Balance Social a nivel global.**

El autor (Vargas Niello, 2006). En su publicación para la Comisión Económica Para América Latina (CEPAL), “Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores”, menciona: Los resultados de varias investigaciones demuestran que la mayoría de las personas (79% de los estadounidenses) optan por productos de organizaciones comprometidas con la comunidad y el medio ambiente.

(Vargas Niello, 2006) Señala que, en una investigación realizada por la Fundación Empresa y Sociedad en España, se reveló que un 90% de compradores está de acuerdo en cancelar un precio superior al adquirir un producto cuya recaudación tengan fines de contribución a proyectos comunitarios más allá de bienes ecológicos (70% de los encuestados) o productos dietéticos (30% de los encuestados)

Igualmente se enmarca que la clientela joven, es la que mayor participación tiene en la adquisición de productos que tengan una imagen o marca social. Además, la investigación corrobora que las personas están dispuestas a pagar un valor adicional del 5% al 10% siempre y cuando el producto tenga un fin social, más aún si el producto tiene una certificación de calidad.

(Vargas Niello, 2006) Basándose en un informe emitido por El Instituto Nacional de Consumo de España, asegura que las empresas con atributos éticos en sus productos, obtendrán una ventaja competitiva en cuanto a la preferencia de los consumidores independiente del precio colocado a disposición. Asimismo, (Vargas Niello, 2006) señala que Argentina los resultados son similares, pues la preferencia de los consumidores a

productos ofertados por organizaciones socialmente responsables es del 86,5%, igualmente un 52,6% de los consumidores está dispuesto a cancelar un sobreprecio por los mismos, el 77% asegura que no adquiriría productos de organizaciones irresponsables con la sociedad y el medioambiente.

En base a los estudios mencionados se puede apreciar la preferencia del público en general por las organizaciones socialmente responsables.

La red de responsabilidad social empresarial en Argentina fue protagonizada por primera vez por el Ministerio del Trabajo con el propósito de garantizar una calidad, cultura del trabajo y un dialogo social que permita que la economía sea más competitiva y sustentable.

(Comunica RSE, 2012) Realizó una nueva encuesta en la cual detalla datos significativos sobre cómo se maneja la responsabilidad social en Argentina, al obtener los resultados finales y conclusiones de la investigación señala a la responsabilidad social empresarial como una meseta que ubica a las empresas en un contundente desafío.

Según las encuestas desarrolladas a las empresas el 69% de las mismas señala que el nivel de conocimiento y educación sobre la responsabilidad social es intermedio y un 30 % indica que es inicial, también se llegó a la conclusión que el mejor concepto de relación con la responsabilidad social es la sustentabilidad ya que el 70% de los encuestados lo denominaron así, mientras solo el 10% lo conocía por RSE.

Se manifestó también que el principal obstáculo para el desarrollo de la responsabilidad social en Argentina es la falta de compromiso de los altos ejecutivos de las empresas, ya que ellos al producir las ganancias no toman en cuenta el impacto ambiental que pueden producir a la sociedad, o un buen trato que se debe dar a los empleados. (p.12)

Según (Grupo de Fundaciones y Empresas, 2005) una de las alternativas de la Responsabilidad Social en Argentina es el voluntariado corporativo, según un estudio realizado por Gallup, señala que en un promedio de 4 empresas por cada 10 llevan programas de ese tipo, se indica también que entre el 22 y 25 % de los empleados de las empresas desarrollan programas de este tipo en el país, también destaca que los principios básicos para desarrollar este comportamiento son el reconocimiento, la formación y el acompañamiento. (p.1)

### **1.3.2. Meso: Responsabilidad Social y Balance Social a nivel de Ecuador.**

Según (La Hora, 2012) menciona que de acuerdo con un estudio realizado por la Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana, el 98% de los ecuatorianos aseguran que es esencial que las organizaciones prioricen en sus actividades el respeto por el medioambiente, cumplan con las leyes, respeten los derechos de los trabajadores y apoyen a la sociedad, pero la realidad es que solo 52% de las empresas ecuatorianas tienen alguna práctica de responsabilidad social empresarial.

Según (Lima Bandeira & López Parra, 2012) afirma que:

En el 2005 se estableció, formal y jurídicamente, el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), iniciando con ello un hito importante en la evolución de la Responsabilidad Social en el país. Desde 2010, CERES ha tenido un significativo crecimiento en sus actividades en el país, y en la actualidad cuenta con 36 miembros, entre los que se encuentran empresas privadas y públicas, fundaciones y centros de educación superior.

La Responsabilidad Social en el Ecuador sigue avanzando, cada vez son más los emprendimientos y las asociaciones socialmente responsables, aunque todavía cierta segregación y diferenciación de programas de responsabilidad social de modo asuntos como la preservación del medio ambiente, la desigualdad social, entre otros, se aplican, pero de forma aislada y no como un conjunto integrado de actividades de responsabilidad social.

Según (Herrera Gordón, 2017) menciona que en las empresas textiles de Pelileo en Ecuador mantienen un nivel regular de R.S. (Responsabilidad Social), uno de los problemas que afecta a la R.S., es el hecho de que las empresas no identifican con



precisión y claridad que actividades están dentro de la R.S., uno de los efectos generados es que las empresas no presentan una conciencia ambiental o es muy poco conocida por sus colaboradores y comunidad en general. También menciona que la R.S. ayuda en temas de ventaja comparativa debido a la apertura de oportunidades futuras. Además, asegura que la contribución al desarrollo sostenible permite la subsistencia de todos más allá de las utilidades propias de cada organización.

Según (Veloz Brito, 2014), recomienda la utilización de la norma ISO 26000:2010, la cual expone los requisitos que la RS debe tener, también abarca temas como el desarrollo sostenible responsable en las organizaciones. Sin embargo, Veloz Considera que en la actualidad existe confusión entre filantropía, donaciones corporativas, y el concepto de Responsabilidad Social, incluso menciona que la Responsabilidad Social es utilizada como una estrategia de publicidad y mas no como un compromiso social. También, el autor considera a la RS como un generador de ventaja de competitiva con la reducción de gastos y el incremento del valor de los activos, además de los beneficios indirectos relacionados con la buena imagen que la RS otorga a la empresa, al involucrar el ámbito social, económico y ambiental, por lo tanto, la Responsabilidad Social se convierte en una inversión a mediano y a largo plazo. (Veloz Brito, 2014) considera a la responsabilidad social como un activo intangible, por lo tanto, recomienda incluirla dentro de la información financiera de las organizaciones, así como también en sus respectivos planes de cuentas. Otras indicaciones mencionadas por Veloz es el apoyo en herramientas de gestión basados en la norma ISO 26000:2010, y su proyección financiera-contable con la finalidad de no afectar al desarrollo sostenible.

### **1.3.3. Micro: Responsabilidad Social y Balance Social a nivel de Latacunga**

De acuerdo con la información proporcionada por el Instituto de Economía Popular y Solidaria, en el cantón Latacunga existen 6 asociaciones textiles constituidas de las cuales se tiene constancia de que realizan procesos asociativos, en todas ellas se presenta un total de 104 socios, los cuales serán base para el estudio. Las asociaciones en cuestión son las que se menciona a continuación.

- Asociación de Producción Textil “Modas y Elegancia”.

- Asociación de Producción Textil “Confeccionistas de San Felipe”.
- Asociación de Producción Textil “Hilando con Excelencia”.
- Asociación de Producción Textil “Luchando para Triunfar”.
- Asociación de Producción Textil “Emprendedores de Cotopaxi”.
- Asociación de Producción Textil “Manitas Mágicas”.
- Asociación de Confección Textil “Fuerza Productiva de Cotopaxi”.

Según la (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011) se menciona en la disposición general segunda, que: *“las organizaciones sujetas a esta Ley incorporarán en sus informes de gestión, el balance social que acreditará el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su identidad, su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural”*.

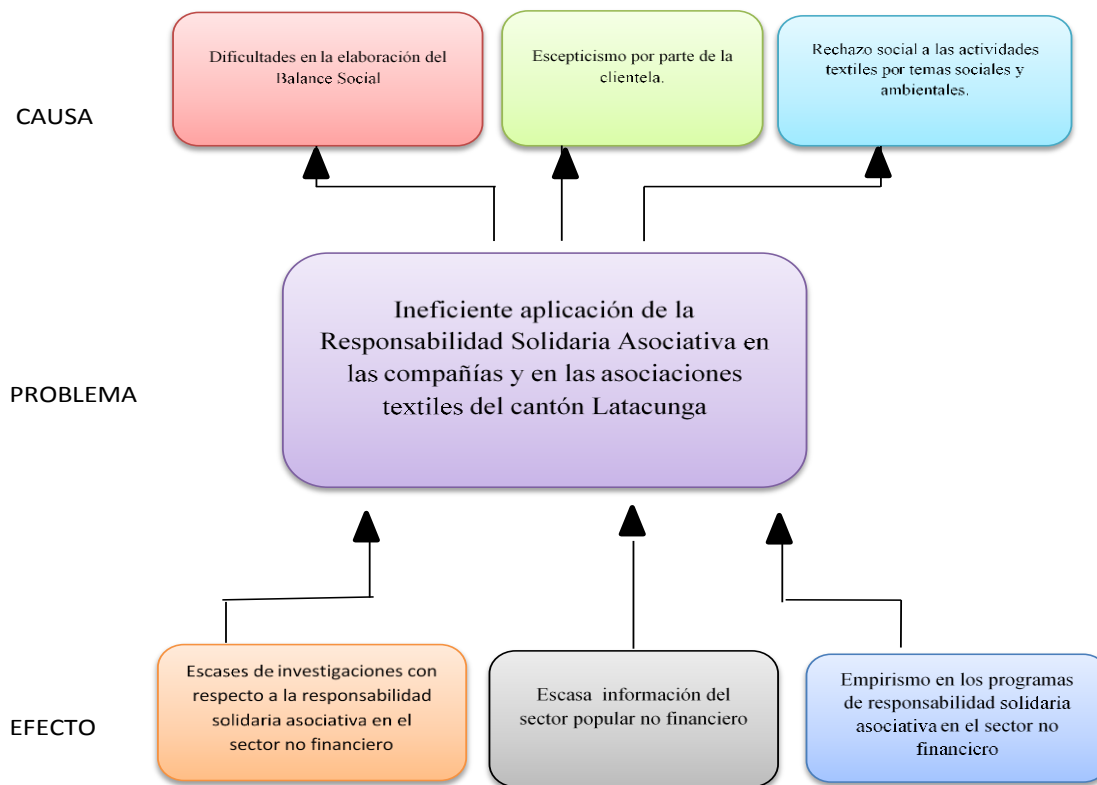
Es importante mencionar que el balance social pondera las actividades de Responsabilidad Social Asociativa (RSA), por lo tanto, para desarrollar un modelo Balance social del sector es elemental estudiar en un compendio general el desarrollo de programas de RSA en el interior de las asociaciones textiles.

Según (Holguín Varea & Navas Salazar, 2015) en una investigación realizada sobre el estudio de prácticas de responsabilidad social en PYMES del cantón Latacunga se determinó que no se realizaba prácticas de responsabilidad social empresarial en la mayoría de las pequeñas empresas investigadas , y en las pocas que si las realizaban lo hacían de una manera experimental , después de toda la investigación se determinó que si existía varias iniciativas por parte del sector para hacer de la responsabilidad social un hábito pero de manera muy aislada, por lo que el investigador sugiere una sistematización y consolidación del trabajo que se realiza para que exista una mejora y asegura el camino y el futuro de la responsabilidad social en empresas del cantón permitiendo que esta se involucre a las partes interesadas y a las empresas.

A su vez se estableció que la responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas del cantón Latacunga debería ser tomada en cuenta como una estrategia dentro de las mismas ya que al ponerla en práctica esta brinda beneficios externos como internos, por lo que la dirección, los empleados y obreros deberían capacitarse y obtener amplios conocimientos sobre cómo aplicarla y desarrollarla.

En base a los aspectos mencionados se puede evidenciar que existe una deficiencia en la elaboración del balance social y en la aplicación de programas de responsabilidad social asociativa en las asaciones textiles del cantón Latacunga.

#### 1.4. Árbol de problemas



**Figura 1. Árbol de problema**

### **1.5. Justificación e importancia.**

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Pilar Baptista, 2010) la justificación nos indica por que se realiza la investigación dando a conocer las razones. Durante el desarrollo de la justificación se debe demostrar por qué el estudio que se está realizando es trascendente y necesario. (p. 39)

La investigación tiene la finalidad teórica de aplicar conceptos de economía y finanzas, tales como Responsabilidad Social y Balance Social orientándose en el sector asociativo textil en la ciudad de Latacunga.

La utilidad práctica de la investigación consiste en proporcionar al público interesado directrices para el desarrollo de sus actividades de responsabilidad social asociativa.

El resultado de la presente investigación tendrá como beneficiarios a los involucrados que podrán conocer la realidad social del sector textil en el que laboran con el fin de atender debilidades en sus operaciones de responsabilidad social asociativa, orientándose a un modelo estandarizado de balance social. Además de eso el público en general podrá evidenciar la existencia de estos conceptos dentro de la sociedad.

La investigación es factible debido a los diferentes accesos existentes hacia la información necesaria (Instituto de Economía Popular y Solidaria-IEPS, SEPS, miembros de las asociaciones textiles), además se cuenta con los recursos humanos económicos y materiales necesarios.

Existe interés por parte de la Universidad de las Fuerzas Armadas en el refuerzo a sus programas de vinculación e investigación.

El aporte metodológico del proyecto es el soporte que se entrega al sector de la economía popular y solidaria en el desarrollo de sus balances sociales.

## **1.6. Objetivos**

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Pilar Baptista, 2010) se menciona que los objetivos establecen cual es el propósito de la investigación, estos deben ser señalados claramente ya que es el conductor del estudio. (p. 38)

### **1.6.1. Objetivo general.**

Analizar la Responsabilidad Social Asociativa de las asociaciones textiles de la ciudad de Latacunga con el fin de proponer una herramienta de evaluación para el Balance Social.

### **1.6.2. Objetivos específicos.**

- Identificar problemas encontrados por diferentes investigadores con respecto a la RSA (Responsabilidad Social Asociativa).
- Establecer las bases conceptuales que sustenten la teoría de la RSA en asociaciones textiles.
- Definir aspectos metodológicos para la compilación y análisis de datos.
- Diagnosticar la RSA en asociaciones textiles de la ciudad de Latacunga, para conocer las acciones derivadas de este proceso.
- Proponer el diseño de una herramienta de evaluación para el balance social en pro de las asociaciones textiles.

## **1.7. Hipótesis**

Según (Gómez Bastar, 2012) Introducción a la lógica del método científico, la hipótesis aparece como una potencial teoría de aplicación con relación al tema de investigación, son formulados como enunciados o proposiciones. (p. 36)

La responsabilidad solidaria asociativa incide en el balance social de las compañías y asociaciones textiles.

## **1.8. Diagnóstico**

La responsabilidad social empresarial en Latacunga apenas va empezando, no se han propuesto lineamientos para poder lograr su aplicación, actualmente la mayoría de las asociaciones no definen un paradigma de cambio donde estas se comprometan con la

sociedad, con el ambiente, lo cual ocasiona que el desarrollo socioeconómico de las asociaciones sea bajo, ya que estas desconocen que la RSE es una estrategia clave que le puede permitir crecer y por ende obtener más rentabilidad.

### 1.9. Prognóstico

El sector necesita identificar con claridad que es responsabilidad social solidaria, caso contrario tal como lo han indicado estudios anteriores las organizaciones seguirán confundiéndola con filantropía y donaciones, los destinos de los recursos de la organización serían otros completamente ajenos a la responsabilidad social, los beneficiarios no serían aquellos afectados por las operaciones propias de la organización.

El estudio busca diagnosticar los movimientos de responsabilidad social de las asociaciones textiles de Latacunga con el fin de enunciar directrices que permitan el mejor entendimiento de las mismas, además de identificar falencias con el objeto de reorientación de sus actividades de Responsabilidad Social.

### 1.10. Operacionalización de variables

**Tabla 1.**  
**Operacionalización de variables**

<b>Variable Dependiente: Balance Social</b>				
<b>Definición Conceptual</b>	<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Instrumento</b>
El balance la herramienta que informa el cumplimiento de la responsabilidad solidaria de cada organización	Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales	Promoción nuevos trabajadores por año Trabajadores despedidos Horas hombre Remuneración Digna Trabajadores con capacidades especiales Clima Laboral Servicios de comida para los trabajadores Servicios de transporte para los trabajadores Trabajo Comunitario	¿Qué beneficios considera usted como el más importante para sus trabajadores?	Encuesta

Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultura	Registro Formal de Ingreso Proceso de ingreso de nuevos socios Registro de retiro de asociados Política transparente que fija los procesos (no discriminatorios) para el abandono de socios Conocimiento de las leyes y normativa	¿Considera Ud. Favorable para sus actividades económicas el pertenecer a una asociación?	Encuesta
Autogestión y autonomía	Asambleas asistidas Transparencia informativa Acuerdos o convenios con otras organizaciones Aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS Sanciones y multas	. ¿Considera Ud. Favorable para sus actividades económicas el pertenecer a una asociación?	Encuesta
Participación económico-social y distribución equitativa de excedentes	Aportes de socios Valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores Valor agregado cooperativo distribuido a los socios Valor agregado cooperativo distribuido a la comunidad Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común Valor agregado cooperativo distribuido a prestamistas	De acuerdo a su consideración ¿qué beneficio es el más importante para los socios al ser parte de una asociación?	Encuesta
Educación, capacitación y comunicación	Empleados capacitados Directivos capacitados Inversión total en capacitación. Tiempo de permanencia en la institución de las personas capacitadas Ascensos como resultado de la capacitación Medios de comunicación externos utilizados Medios de comunicación internos utilizados Inversión en medios de comunicación externos Inversión en medios de comunicación internos	¿Qué beneficios considera usted como el más importante para sus trabajadores?	Encuesta
Cooperación e integración del sector económico popular y solidario	Operaciones con proveedores de la EPS Operaciones con clientes de la EPS Organismos de integración a los que pertenece la organización	¿Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que mejorarían al tener la asociación política de	Encuesta

		Acuerdos suscritos con entidades de la EPS	Responsabilidad Solidaria Asociativa?	
		Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental	Transacciones equitativas Compromiso con la comunidad Capacitación en medio ambiente Actividades medioambientales	¿La organización a la cual pertenece presenta en sus planes algún tipo de ayuda (social, comunitaria, económica, entre otros) con el objeto de beneficiar a la comunidad? Encuesta
<b>Variable independiente: Responsabilidad Solidaria</b>				
Es el compromiso que cada asociación adquiere con la comunidad, el medioambiente y sus trabajadores.	Dimensión Social	Armonía laboral y familiar Programas de salud y bienestar social Programas de educación para la familia Programas de seguro social Recreación, Ocio, Esparcimiento Cargos institucionales diferenciado por género Código de ética	. Considera Ud. ¿Qué el mayor aporte de una asociación a la sociedad debe ser?	Encuesta
	Dimensión Económica	Impuestos totales pagados Estructura financiera Subvenciones recibidas Distribución de utilidades	¿Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que mejorarían al tener la asociación política de Responsabilidad Solidaria Asociativa?	Encuesta
	Dimensión Ambiental	Normativa medioambiental Programas ambientales	¿En apoyo a la comunidad cuál de los siguientes ítems considera usted como el más importante?	Encuesta



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

Los antecedentes de la investigación detallan la evolución histórica de temas con la responsabilidad social empresarial y balance social con el fin de un mejor entendimiento tomando en cuenta cada una de las épocas en donde fueron surgiendo este tipo de conceptos y que han tomado fuerza en los últimos años

##### 2.1.1. Historia de la responsabilidad social

(Caroll & Shabana, 2010) Señalan que los inicios de responsabilidad social se extienden antes de la segunda guerra mundial, aunque se considera un fenómeno posguerra pues se aclara que aumento en importancia en los años 60. (p.86 - 88).

El autor (Spector, 2008) hace referencia a Dean Donald k. David como el incentivador de futuros ejecutivos hacia la responsabilidad social con el fin de alinear interés comerciales en la defensa del capitalismo libre contra el comunismo soviético. (p. 314)

A medida que la gerencia se profesionalizaba las empresas debían pensar no solo en las ganancias sino también en sus empleados clientes y el público en general.

(Mababu Mukiur, 2010) hace mención a la publicación del libro “*Social Responsibility of the Bussinesman*” de Howart Bowen como el inicio de la literatura moderna de responsabilidad social corporativa el mismo que durante las cuatro siguientes décadas ha sido utilizado por varios autores como base para sus definiciones de responsabilidad social. (p.1).

(Bowen & Gond, 2013) menciona que existe un trabajo previo del mismo Bowen publicado en 1048 bajo el título de “*Towar Social Economy*” en el cual cuestiona las debilidades de los Dogmas capitalista y socialista y hace énfasis en nuevo conocimiento orientado a la naturaleza humana y valores éticos, también mencionan Que Bowen tuvo

adversidades al intentar expandir la responsabilidad social entre estas cuando el fue decano de la escuela de negocios en la universidad de Illinois encargado de la reforma de la curricula al intentar introducir dentro de la misma la responsabilidad social corporativa se opusieron varios economistas neoclásicos acusándole a Bowen de antinegocios y apegado al comunismo. (p. xii)

(Caroll & Shabana, 2010) hacen mención a la época de los 60 en la cual existía un entorno social cambiante y con presiones especialmente de los activistas con el fin de adoptar perspectivas actitudes políticas y prácticas de responsabilidad social empresarial, al final argumenta que en la década de 1960 las empresas no percibían un entorno social en la forma que percibimos hoy. (P. 86-88)

Los mismos autores aclaran que los 70 la responsabilidad social empresarial toma impulso en la literatura académica ampliando la difusión de la misma, así mismo aseguran que en los años 80 se inicia el acoplamiento financiero a la responsabilidad social además en los 80 aparece la ética corporativa como punto de discusión dentro de la responsabilidad social.

(Savater, 2014) Manifiesta que la perspectiva ética empresarial contiene dos planos un plano de vista a nivel individual el cual está de acuerdo con las tareas desempeñadas con cada individuo, y el plano de vista a nivel organizacional buscando una adecuación correcta de los fines y los medios utilizados considerando temas como un trabajo remunerado justo y un comportamiento empresarial ético puertas afuera en las relaciones con los clientes, proveedores e instituciones públicas entre otros.

(Caroll & Shabana, 2010) Señala que a principios de la década de los años 2000 el tema de desarrollo sostenible se convirtió en parte integral en las discusiones de responsabilidad social empresarial debido al interés de los mismos empresarios en el tema. (P. 86-88)

(Vidal, 2011) Menciona que el desarrollo sostenible es más que un concepto ecológico, esta busca también el dinamismo económico a través de la mejora de productividad mediante el uso óptimo de los recursos sin dejar de lado la igualdad de oportunidades para todos, además busca la reducción de los daños del medio ambiente. Vidal asegura que las

empresas se han dado cuenta de las mejoras en temas de reputación como parte importante de las ventajas comparativas dentro de las estrategias empresariales. (p.3).

La (Norma ISO 26000: Guía de Responsabilidad Social, 2010) Ofrece una guía de responsabilidad social para todo tipo de organizaciones públicas y privadas en todo tipo de países desarrollos o en vías de desarrollo, así como en economías de transición, para que estas puedan operar de forma socialmente responsable.

**Tabla 2.**  
**Evolución de la responsabilidad social en el mundo**

DÉCADA	DENOMINACIÓN	DESCRIPCIÓN	
50'S	Inicio de la Literatura Moderna de RS	(Mababu Mukiuir, 2010)	La publicación del libro “ <i>Social Responsibility of the Bussinesman</i> ” de Howart Bowen marca el inicio de la literatura moderna de responsabilidad social corporativa.
	Inducción a los futuros ejecutivos	(Spector, 2008)	Dean Donald k. David incentiva a futuros ejecutivos hacia la Responsabilidad Social.
60'S	Activismo	(Caroll & Shabana, 2010)	Activistas ejercen presiones impulsando actitudes políticas y prácticas de responsabilidad social empresarial.
70'S	Literatura Académica	(Caroll & Shabana, 2010)	La responsabilidad social empresarial toma impulso en la literatura académica ampliando la difusión de la misma.
80'S	Acoplamiento Financiero	(Caroll & Shabana, 2010)	Las empresas buscan ejecutar la Responsabilidad Social con la menor afectación posible al rendimiento financiero.
90'S		(Caroll & Shabana, 2010)	Entra en tema de discusión la ética dentro de la Responsabilidad Social.
2000'S	Desarrollo Sostenibe	(Caroll & Shabana, 2010)	Se busca un beneficio mutuo entre sociedad y empresa tomando en cuenta la reducción de los daños del medio ambiente.

CONTINÚA 

10'S	Normalización de la Responsabilidad Social	(Organización Internacional de Normalización, 2010)	Se desarrolla un guía de aplicación global de la Responsabilidad Social a través de la norma ISO:26000, 2010.
------	--	---	---

(Cantú Martínez, 2013), menciona:

En el escenario actual de la globalización, se ha advertido que las empresas son protagonistas de cuantiosas dificultades que las sociedades sobrellevan, producto de las acciones derivadas de sus procesos. Es así como la responsabilidad social empresarial se inscribe como un instrumento para fortalecer el desarrollo sustentable. En esta revisión, se muestra un recuento de los conceptos generales de la responsabilidad social empresarial.

Según (Pérez Estevez & Chirino, 2009) Departamento de Métodos Cuantitativos en Economía y Gestión Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, se afirma que:

Los antecedentes de la responsabilidad social empresarial pueden remontarse al siglo XIX en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de Economía social, por definición Empresas Socialmente Responsables. (p2)

Según (Banco Interamericano de Desarrollo, 2011). La responsabilidad social de las empresas en américa latina, afirma:

Desde finales de los '90 han surgido numerosas organizaciones que están avanzando en la promoción de la RSE. Confluyen organizaciones de carácter global como la World Business Council for Sustainable Development con capítulos nacionales en casi todos los países de América Latina, o la Business for Social Responsibility (BSR), centrado en Estados Unidos y uno de los impulsores de la creación de la organización paraguas en las Américas llamada Foro Empresa, formada por 19 organizaciones que representan a Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Estado Unidos, Uruguay y Venezuela (p.65)

Según (Banco Interamericano de Desarrollo, 2011). Menciona:

La constante globalización ha impulsado en la región la creación de varios institutos orientados hacia el desarrollo, impulso e integración de la responsabilidad social en las empresas latinoamericanas se pueden destacar como las más representativas las siguientes: Centro Mexicano de la Filantropía (CEMEFI) creado en 1988, el instituto ETHOS de Brasil creado en 1998, el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE), (p.65)

En Ecuador uno de las organizaciones que impulsa la responsabilidad social en las empresas es el Centro Ecuatoriano de Responsabilidad Social (CERES)

### **2.1.2. Historia del balance social**

Según (Ressel & Coppini, 2012) establecen que el balance social aparece en Estados Unidos en los años 60. Este es un país capitalista, siendo los pioneros de esta adopción los propios empresarios, estos creen que es necesario informar a la sociedad como contribuyen con ella y con el medio ambiente.

En 1965 se desarrolla un modelo de balance social en Inglaterra-Francia para la Confederación General de Sociedades Cooperativas Obreras de Producción.

En el año de 1970 se traslada este concepto a Europa con otra visión ya que aquí solo interesaba el bienestar interno es decir cómo se encuentran los trabajadores, el ambiente de trabajo, la situación social del trabajador, como están sus condiciones laborales y como se encuentra la salud ocupacional de los empleados.

(Ressel & Coppini, 2012) mencionan que En 1974 se destina un grupo de estudio que propone la realización de un balance social en el cual se dé a conocer los factores con los que la empresa aporta a la sociedad y a las condiciones de trabajo de los empleados, este proceso se llevó a cabo en países como: España, Noruega, Alemania, Portugal y Bélgica. (p.7)

Según (Castaño Gonzales, 2011) menciona que en 1977 se dio a conocer una primera definición de balance social en el cual se mencionaba que era obligatorio para aquellas empresas que tenían más de 300 trabajadores, en el cual deberían señalar factores que se refirieran al ambiente social interno.

Con el pasar de los años el concepto de balance social se ha ido desarrollando cada vez más obteniendo mayor alcance y profundidad.

Las características socio laborales del empleado, saber si la empresa brinda ayuda social a los mismos son unas de las características internas que se presentan en el balance social sin embargo es necesario presentar otros indicadores de carácter externos por ejemplo la comunidad y el medio ambiente. (p.11)

**Tabla 3.**  
**Modelos de balance social en el mundo**

DÉCADA	DENOMINACIÓN	AUTOR	DESCRIPCIÓN
60'S y 70's	Primeras apariciones	(Ressel & Coppini, 2012)	Los mismos empresarios en EEUU consideran necesario informar a la sociedad como contribuyen en ella y al medio ambiente.
70'S	Expansión a Europa	(Ressel & Coppini, 2012)	Europa adopta el Balance Social pero orientado hacia el bienestar interno (trabajadores).
80'S	Modelo ANDI – OIT-CJR	(OIT; ANDI; Cámara Junior de Colombia, 2001)	Se desarrolla un balance social está orientado tanto hacia los involucrados internos y como externos.
90'S	Modelo IBASE	(EXPOK, 2009)	Busca que las empresas administren sus negocios Socialmente Responsables
2000'S	Modelo GRI (Global Reporting iniciativa)	(Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, 2004)	Pretende mejorar la calidad en la elaboración de los reportes de sustentabilidad equiparándolos con los reportes financieros.

CONTINÚA 

---

10'S	Globalización del Balance Social	(Castaño Gonzales, 2011)	En la actualidad el balance social está orientado tanto hacia el entorno interno y como externo.
------	----------------------------------	--------------------------	--

---

## **2.2.Base Teórica**

### **2.2.1. La Responsabilidad Social y sus dimensiones**

De acuerdo con el IARSE-Instituto Americano de Responsabilidad Social Empresarial (2014) se define a la Responsabilidad Social como un complemento de las actividades corrientes que realizar la empresa, cuya ejecución a más de ser socialmente responsable permite a la misma aumentar la competitividad de la misma.

La Responsabilidad Social apunta a los grupos de interés e insta a la organización a atender las necesidades y demandas de los mismos. A más de ser una filosofía de gestión también permite la identificación de oportunidades a través de las necesidades encontradas, e impulsa a la empresa a ser más productivo ayudándola a mejorar su desempeño y reducir costos y gastos. Al hablar de filosofía significa que los directivos de las empresas no tienen fuera de sus pensamientos el buen actuar de sus organizaciones, no traicionaría bajo ningún motivo a los buenos principios, además motiva a sus colaboradores a pensar de la misma manera.

Los beneficios que se obtienen producto de la responsabilidad social se evidencian a nivel económico, social, medioambiental entre otros. Se puede mencionar que la responsabilidad ayuda a mejorar la relación existente con los consumidores, mayor acceso a créditos, mejor reputación, entre otros.

El IARSE también hace mención a las tres grandes dimensiones que abarca la Responsabilidad Social:

- Dimensión económica.
- Dimensión social.
- Dimensión medioambiental.

**A. Dimensión económica:**

Se tratan asuntos cercanos al giro económico normal de la empresa tales como atención al cliente, calidad de bienes y servicios, relación con los proveedores. El giro económico de las asociaciones textiles está orientado hacia la confección textil, eso quiere decir que se dedican a la elaboración de prendas de vestir. Los clientes pueden adquirir a través de estas asociaciones varios productos textiles como sacos, bufandas, chalinas y cualquier otro tipo de vestimenta en general. Uno de los principales clientes de estas asociaciones es el mismo estado ecuatoriano, especialmente para la elaboración de uniformes escolares.

Los productos textiles deben estar bajo las Normas del Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN.

Es importante destacar que los proveedores de las asociaciones textiles son productores y comercializadores de telas, así como también lo proveedores de máquinas y equipos para la confección textil.

**B. Dimensión social:**

Trabaja en temas cercanos a la relación con los empleados entre estos: seguridad y salud ocupacional, igualdad de condiciones, estabilidad laboral, también abarca temas relacionados con la sociedad tales como inclusión económica y social, generación de empleo, atención a las necesidades de las entidades públicas.

Se estima que en el cantón de Latacunga laboran alrededor de cien socios agrupados en siete asociaciones textiles, los cuales laboran en las mismas constantemente manteniendo una estabilidad en el trabajo, el objeto de la presentación es identificar el impacto de las actividades textiles en otros ámbitos a más de las condiciones internas de trabajo, relacionados con la sociedad.



### **C. Dimensión medioambiental:**

Opera en temas tales como la reducción de desperdicios, optimización de recursos energéticos, atención a desechos, reciclaje de basura, además de la protección del entorno en el cuál la entidad opera.

En toda confección siempre existirá algún sobrante de la materia prima utilizada (tela, algodón, hilos), por lo tanto, la investigación está orientada detallar la forma actuar de las asociaciones textiles frente a este tipo de “desperdicios”, tomando en cuenta que si estos desperdicios no son debidamente atendidos se pueden convertir en basura y esto a su vez afecta al medio ambiente.

#### **2.2.2. Principios de responsabilidad social según la norma ISO 26000**

La (Norma ISO 26000: Guía de Responsabilidad Social, 2010) considera la adopción de siete principios básicos de responsabilidad social para facilitar la aplicación de la misma dentro de la organización, los cuales se mencionan a continuación:

1. Rendición de cuentas.
2. Transparencia.
3. Comportamiento ético
4. Respeto a los intereses de las partes interesadas.
5. Respeto al principio de Legalidad.
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento.
7. Respeto a los derechos humanos.

El desarrollo de esta guía está orientado para un uso global, es decir las asociaciones textiles pueden adoptar esta guía para sus actividades de responsabilidad social.

### **A. Rendición de cuentas**

Es importante que la organización haga frente y declare el impacto y daños ocasionados producto de sus actividades cotidiana. Cuando la misma tenga bien claro los perjuicios ocasionados podrá orientar adecuadamente su responsabilidad social. En el caso de las asociaciones textiles se considera adecuado informar a la sociedad el tratamiento

utilizado para atender a los desperdicios generados tales pedazos de tela, excedentes de algodón, sobrantes de hilo entre otros.

### **B. Transparencia**

La facilidad de acceso a la información y el claro entendimiento de la misma es clave dentro de la Responsabilidad Social, permite a los grupos de interés conocer cómo actúa la organización frente a los daños que esta ocasiona, solo se excluye información protegida por derechos de autor.

### **C. Comportamiento ético**

En el mundo existen códigos de buen actuar y las organizaciones deben respetarlos y aplicarlos a cabalidad. Los altos directivos deben comprender su rol como “modelos ejemplares de acción”, quienes se encuentran bajo su tutela incluso los agentes involucrados a la organización se asimilan su forma de actuar y pensar generando.

### **D. Respeto a los intereses de las partes interesadas.**

Según (Lerner Helibraun, 2015) Este principio hace referencia a que la organización debe respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas, ya que muchas de las activas de la empresa pueden afectar a otras partes.

### **E. Respeto al principio de Legalidad.**

Todas las organizaciones deben cumplir y respetar las leyes establecidas en especial la de responsabilidad social ya que ninguna de estas está excluida para respetar la ley ni para actuar fuera de su marco.

### **F. Respeto a la normativa internacional de comportamiento.**

Todas las organizaciones deben respetar las leyes como lo establece el principio anterior y a su vez respetar las leyes internacionales así están sean más rígidas, más aún si realizan negociaciones con otros países.

## **G. Respeto a los derechos humanos.**

Todas las personas tenemos derecho por ende las organizaciones deben respetar los derechos humanos sin importar de donde vengan cual su cultura o su creencia.

### **2.2.3. Administración Solidaria y Balance Social**

Los (Aguilar Poaquiza, Ávalos Reyes, Sánchez Salazar, Cevallos Silva, & Ávalos Peñafiel, 2017) mencionan que las organizaciones influyen en el modo de vida y en la forma de pensar de los habitantes cercanos al lugar donde estos operan. Además, cuando se estudia la responsabilidad social y balance social es elemental revisar aspectos como la creación de valor compartido y la sostenibilidad de los grupos de interés, si los grupos de interés son afectados la creación de valor de la empresa también se ve afectado especialmente si deterioran las relaciones de la organización con ellos. Finalmente se argumenta que el balance social pese a ser identificado como informe social o auditoría social, pero lo más importante es que el balance social es una herramienta de aplicación mediante macro dimensiones.

### **2.2.4. La Acumulación Solidaria**

De acuerdo con el autor (Cruz, 2011) existen corrientes contradictorias entre sí, por un lado quienes defiende el incremento en la concentración de capital, otra en cambio que pondera el crecimiento de la economía solidaria de otro. A más de aquello se suman muchos que consideran que las políticas económicas Keynesianas o desarrollistas son capaces de minimizar las desigualdades sociales, mediante el incremento de trabajadores asalariados en el mercado facilitando la redistribución del ingreso y la riqueza. Cruz hace mención a la confusión liberada por estas corrientes contradictorias, ya que muchos dudan de las posibilidades del capitalismo como un sistema social y ambientalmente viable, además las diferencias políticas especialmente en Latinoamérica cuyos movimientos sociales se ven obligados a defender a gobiernos, que responden a sus necesidades, pero se apoyan en los intereses de las grandes empresas, además se enfrentan por temas de poder a oposiciones liberales conservadoras.

### **2.2.5. La Economía Social y Solidaria Como Escenario Nuevo De La Mutualidad**

Según (León, 2014) menciona:

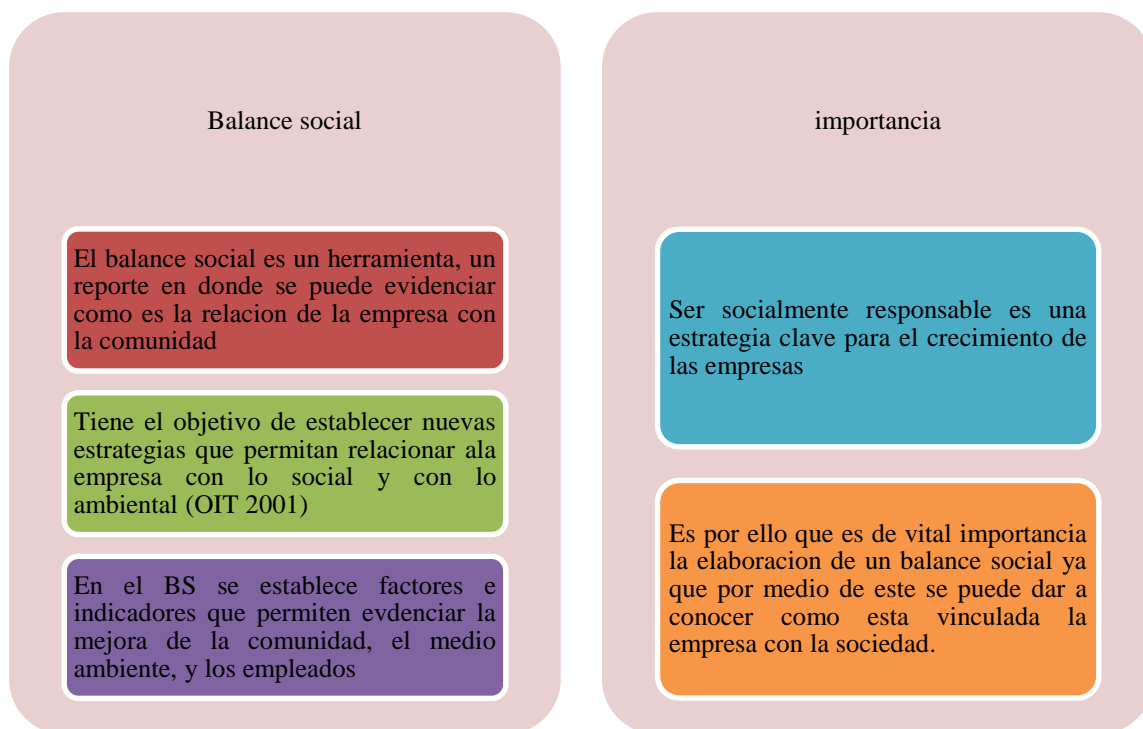
Las propuestas de Buen Vivir y ESS tienen como precedente común la experiencia, que al mismo tiempo constituye un antecedente de posibilidad, de viabilidad. Justamente porque están arraigadas en procesos de nuestras realidades, en resistencias y búsqueda de alternativas, disputan y se abren camino en condiciones complejas y contradictorias, inclusive en contextos sociopolíticos de correlación de fuerzas positiva hacia el cambio, como el aquí aludido de Ecuador. Son propuestas que se refuerzan mutuamente, que se retroalimentan, pero que comparten también el peso de anclas neoliberales que amenazan su viabilidad.

Se afirma que ambas buscan como desafíos: Afirmar y consolidar el carácter económico de la parte social de la economía, afirmar y desarrollar identidades y denominaciones propias para los procesos y unidades económicas de la ESS, redescubrir y elaborar en torno a los nexos con los elementos básicos de la vida presentes en toda realidad, sus dimensiones materiales y económicas.

### **2.2.6. Las Empresas Asociativas de Trabajo**

La investigación está orientada a las asociaciones textiles, por lo tanto, es importante entender que comprende ser una asociación. El autor (Reboyedo L., 1999) no explica un poco al respecto, Reboyedo aclara que este tipo de empresas se constituyeron como una consolidación entre varias unidades de negocio de grupos relacionados entre sí permitiendo mejoras en las condiciones de empleo e ingreso. La producción, comercialización o distribución de bienes de consumo familiares es el objetivo social de asociaciones. Las empresas asociativas de trabajo operan bajo principios de solidaria, democracia y prelación del trabajo sobre el capital por lo que éstas son parte de la economía popular y solidaria. Otro aspecto a tomar en cuenta es no solo la generación de recursos para la seguridad social y el bienestar laboral y familiar, sino también la generación de excedentes, como cualquier entidad con fines de lucro. Una de las ventajas de las empresas asociativas son los bajos costos que pueden emplear como grupo, lo cual genera ventajas competitivas en el mercado permitiendo la generación de empleo y riqueza.

### 2.2.7. Importancia de la elaboración de un Balance social.



**Figura 2.Importancia de la elaboración de un Balance social.**

Fuente: (Ortega Tinajero, 2014)

### 2.2.8. Macrodimensiones del balance social

Según la (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014) señala que: existen 7 macro dimensiones para la elaboración del balance social los cuales de detallan a continuación:

1. Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.

En este punto se idealiza prioriza al factor humano más allá de la generación de riquezas, además se opta por un crecimiento y enriquecimiento global de todos los individuos que forman parte de una entidad.

## 2. Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural.

Nadie puede ser obligado a pertenecer a una agrupación ni tampoco se puede excluir mucho menos por razones étnicas o culturales, se incentivará el conocimiento sobre el sistema económico popular y solidario.

## 3. Autogestión y Autonomía.

Los socios son los encargados de dirigir y controlar a la entidad a la que pertenecen, para lo cual es necesario transparencia en la información presentada en el interior de la organización, además se busca como objetivo el equilibrio de poder entre asociados con el objeto de que todos sean atendidos por igual, esto influye en la estructura del patrimonio.

Pese a la autogestión y autonomía, no se puede dejar de lado la relación de la asociación con el Estado ni tampoco la relación de la misma con otras organizaciones que no pertenezcan a la economía popular solidaria.

## 4. Participación económica solidaria, y distribución equitativa de utilidades o excedentes.

El objetivo de esta dimensión es desarrollar un equilibrio entre los aportes sociales de cada una de las partes, además de un reparto justo de los excedentes o utilidades generadas por las actividades propias de la asociación.

## 5. Educación, capacitación y comunicación.

Otro ámbito es el progreso en conocimientos y la mejora de destrezas por parte de los involucrados de una organización a través de capacitaciones mediante cursos o conferencias, otro aspecto importante es el impulso hacia la generación de conocimiento mediante la investigación e innovación.

## 6. Cooperación e integración de Sector Económico Popular y Solidario.

No debe existir distanciamiento entre una agrupación u otra dentro del Sector Económico Popular y Solidario, así que es importante velar por el desarrollo de programas

de interconexión entre otras de la EPS, así mismo buscando prácticas justas y equitativas de cooperación.

#### 7. Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental.

Las organizaciones deben fomentar el desarrollo de prácticas de comercio justo, desarrollo comunitario e incentivar la protección al medio ambiente. Todo en su conjunto es conocido como desarrollo sostenible, en la cual gana uno ganan todos, es decir gana la organización y gana la sociedad precautelando siempre el medio ambiente.

**Tabla 4.**  
**Resumen de las macrodimensiones**

MACRODIMENSIONES	DIMENSIONES
<b>1. Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prelación del Trabajo sobre el capital.</li> <li>• Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales.</li> <li>• Ocio Liberador.</li> </ul>
<b>2. Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad asociativa y cooperativa.</li> <li>• Retiro de asociados.</li> <li>• Conocimiento cooperativo del sistema económico social y solidario.</li> </ul>
<b>3. Autogestión y Autonomía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a cargos institucionales.</li> <li>• Control democrático por los socios.</li> <li>• Transparencia informativa.</li> <li>• Acuerdos con otras organizaciones (no EPS).</li> <li>• Relación con el Estado.</li> <li>• Estructura del Patrimonio.</li> <li>• Equilibrio real de poder entre asociados.</li> </ul>
<b>4. Participación económica solidaria, y distribución equitativa de utilidades o excedentes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concentración de aportes sociales.</li> <li>• Utilización de utilidades y excedentes.</li> <li>• Valor Agregado Cooperativo.</li> </ul>
<b>5. Educación, capacitación y comunicación.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de las capacidades de los actores relacionados a la organización.</li> <li>• Promoción de la EPS.</li> <li>• Investigación y desarrollo.</li> </ul>
<b>6. Cooperación e integración de Sector Económico Popular y Solidario.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intercooperación (solidaridad con entidades del sector de la EPS).</li> <li>• Integración Sectorial.</li> </ul>
<b>7. Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercio Justo.</li> <li>• Comunidad.</li> <li>• Medio Ambiente.</li> </ul>

## 2.3.Base conceptual

### 2.3.1. Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial es un modelo de gestión empresarial, mediante el cual se señala aquellas actividades que las empresas pueden realizar para obtener un mundo mejor y contribuir con la sociedad, y no solo se refiere al cumplimiento de leyes sino a buscar el bienestar de una sociedad.

El argumento de responsabilidad social se utiliza con frecuencia de dos maneras , una de ellas describe lo que la empresa realiza y el otro lo que esta debe realizar, es decir recibe un enfoque normativo y descriptivo.

El termino RSE hace referencia a que las empresas privadas tienen responsabilidad con la comunidad que va más allá de la satisfacción de necesidades mediante la producción o venta de productos sino que también tiene compromisos tanto internos como externos es decir con los empleados, inversionistas y con la sociedad.

La RSE aparece como una declaración de que las empresas deberían comportarse de otra manera al que generalmente están acostumbradas, es una definición, la cual expresa como ser empresa en una sociedad y a en el mundo entero, la empresa está dejando de ver solo el beneficio económico para sí mismo sino que también trata de inmiscuirse en la sociedad y brindar algún beneficio para ella y para el medio ambiente..

**Figura 3. Responsabilidad social empresarial**

La responsabilidad social hace referencia a la manera de como una organización debe comportarse con sus trabajadores con la comunidad y con el medio ambiente.



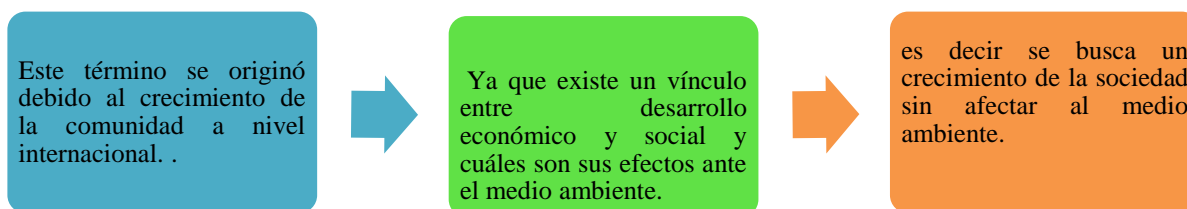
### 2.3.2. Balance Social



**Figura 4. Balance Social**

El balance social es un documento, un reporte en cual se detallan mediante indicadores como la organización practica su responsabilidad social, este ayuda a calificar a la misma y a saber si esta es socialmente responsable

### 2.3.3. Desarrollo Sostenible



**Figura 5. Desarrollo Sostenible**

### 2.3.4. Economía Popular y Solidaria

Según la (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011) señala que:

Se reconoce, a través de la Ley de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), a la EPS como una forma de organización económica en la que sus integrantes, ya sea individual y colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios mediante relaciones basadas en la solidaridad, cooperación y reciprocidad, situando al ser humano como sujeto y fin de su actividad, (Art. 1).

#### 2.4. Base Legal

##### 2.4.1. Ley de la Economía Popular y Solidaria

Según (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011) establece que:

**Art.- 4.-** Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético. (p.4)

El principal objetivo de la Economía Popular y Solidaria es ayudar a la sociedad, apoyarse mutuamente brindando un servicio siempre y cuando esté basada bajo principios éticos y morales

Según (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011) establece que:

**Art.- 61.-** Las cooperativas incorporarán en sus informes de gestión, el Balance Social que acreditará el nivel de cumplimiento de los Principios Cooperativos, de los

objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su identidad, su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural. (p.27)

Todas las asociaciones, cooperativas están obligadas a emitir un balance social como informe sobre los beneficios y responsabilidad que estas tienen con la sociedad.

Según (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011) establece que:

Disposición general segunda. Las organizaciones sujetas a esta Ley incorporarán en sus informes de gestión, el balance social que acreditará el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales.

**Art. 21.**-Sector cooperativo... se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Cooperativo.

**Art.1.**-define la EPS y establece que las relaciones sociales para la satisfacción de necesidades estarán basadas en:

- solidaridad,
- cooperación y
- reciprocidad, privilegiando el trabajo y al ser humano por sobre el capital, los intereses colectivos sobre los individuales.

#### **2.4.2. Plan Nacional del Buen Vivir**

Según (Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021, 2016) se afirma que:

El modelo de desarrollo que la Constitución define garantiza los derechos para alcanzar el Buen Vivir de la población y se fundamenta en principios éticos como la dignidad humana, la igualdad, la libertad y la solidaridad, que se plasman en derechos humanos universales, vinculantes y exigibles. (p.25)

De acuerdo con el Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021 es indispensable para el desarrollo humano tener un ambiente sano, por lo tanto, es necesaria la precautelación del medio ambiente y esta viene desde los mismos actos individuales y colectivos que se realizan, es decir es responsabilidad de todos cuidar el medio ambiente. Otro aspecto importante es el impulso de políticas que promuevan la disminución de la contaminación atmosférica y reduzca los efectos del cambio climático. (p.69)

Según (Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021, 2016) se afirma que:

Se busca avanzar hacia una economía social y solidaria, ecologista, basada en el conocimiento y el talento humano, para salir del extractivismo, lograr pleno empleo,

alcanzar mayor productividad, y democratizar los medios de producción y la riqueza (p 12)

El plan nacional del buen vivir se enfoca en garantizar una vida digna, solidaria garantizando el bienestar de la sociedad y sobre todo de la naturaleza propone una relación cordial entre el ser humano y el ecosistema, además satisfacer las necesidades de las personas asegurando una vida plena.

Se desea relacionar la solidaridad, la responsabilidad y lo ambiental con lo económico permitiendo lograr el desarrollo y la competitividad de las empresas.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### **3.1. Enfoque de la investigación.**

El proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo en la cual se aplicará de instrumentos de compilación de datos permitiendo obtener información requerida.

Se utilizará el método cuantitativo ya que se medirá la influencia ejercida por la responsabilidad social asociativa en el desarrollo de balances sociales en las asociaciones textiles del cantón Latacunga en Ecuador

Bernal C. (Metodología de la Investigación, 2010) asegura que:

*Método cuantitativo o método tradicional:* Se fundamenta en la *medición* de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados. (p. 145)

Según Hernández R., Fernández C., Baptista M. (METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, 2006) el método cuantitativo analiza a través de una medición numérica utilizando herramientas estadísticas de los datos recolectados para comprobar la hipótesis planteada previamente y determinar patrones de comportamiento en la población. (p.43)

#### **Método cualitativo**

Según (Quecedo Lecanda & Castaño Garrido, 2002) el método cualitativo es aquel que se basa en las palabras de las personas, y la conducta observable.

Para la presenta investigación se utilizará el método cualitativo y el método cuantitativo es decir un método mixto y que se va a realizar las encuestas a un determinado número de asociaciones a través de una muestra y el método cualitativo se utilizara en el modelo de Balance Social y que aquí no utilizaremos cantidades sino las explicaciones, observaciones y recomendaciones de cada uno de los socios.

### **3.2. Tipo de investigación**

#### **3.2.1. Investigación de campo**

De acuerdo a (Behar Rivero, 2008) la investigación de campo es un estudio “in-situ” es decir se la realiza en el mismo lugar donde se evidencian los hechos, siendo la fuente primaria de investigación la información proporcionada directamente por los involucrados. Esta investigación se puede realizar a través de instrumentos como:

- Entrevistas.
- Encuestas.
- Observaciones. (p. 21)

En el caso de estudio de la responsabilidad social asociativa y balance social la compilación de datos será realizada a través de encuestas a los socios de las asociaciones textiles del cantón Latacunga con la finalidad de conocer que percepción presentan estos con respecto al tema estudiado, además se identificarán la forma en que estos actúan y la relación existente entre responsabilidad social y balance social.

#### **3.2.2. Investigación documental**

De acuerdo a Bernal C. (Metodología de la Investigación, 2010) asegura que la investigación documental es un tipo de estudio en el cual la principal fuente de información son documentos escritos, entiéndase estos como: Libros, papers, artículos, revistas, archivos, ensayos, actas. Además de los documentos escritos también se considera fuente al material multimedia (Películas, diapositivas, audios, entre otros.). (p.18)

En el caso de la presente investigación se utilizarán fuentes escritas como libros y artículos físicos y digitales que nos permitirán desarrollar la estructura del balance social, así como también nos servirán de apoyo en las definiciones elementales de las variables de estudio

### **3.3. Diseño de la investigación**

Según Hernández R., Fernández C., Baptista M. (METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, 2006) *“El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea”*.

La estrategia definida para estudiar la responsabilidad social asociativa es el desarrollo de encuestas como instrumento de recolección de datos, el objetivo es observar que criterio tiene los socios de las asociaciones textiles frente a la RSA (Responsabilidad Social Asociativa) y a su vez poder desarrollar una herramienta de evaluación para el balance social.

### **3.4. Niveles de investigación**

El nivel de investigación es correlacional, de acuerdo con Según Hernández R., Fernández C., Baptista M. (METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, 2006) *“El estudio será correlacional cuando los antecedentes nos proporcionan generalizaciones que vinculan variables (hipótesis) sobre las cuales trabajar, por ejemplo: a mayor nivel socioeconómico, menor tiempo dedicado a la actividad de ver televisión”*.

El estudio busca definir la relación existente entre responsabilidad social asociativa y balance social para verificar la existencia de una influencia de la primera variable sobre la segunda mencionada.

### **3.5. Población y muestra**

#### **3.5.1. Población**

Según Bernal (2010) señala que:

Población es *“el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”* (p. 160)

**Tabla 5.**  
**Población**

SUJETO	NÚMERO
Número de socios de industrias textiles	104

### 3.5.2. Muestra

Según Bernal (2010) menciona que:

Muestra “*es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio*”. (p. 161)

### Muestreo probabilístico estratificado

Según (Martínez Salgado , 2011) el muestreo probabilístico es aquel en el cual cada unidad del marco muestral tiene una probabilidad conocida de ser elegida. En el ámbito del muestreo probabilístico se presentan diferentes alternativas entre las cuales se identifican el aleatorio simple, el sistemático, el estratificado, el de conglomerados y el multietápico, entre los más utilizados. En el caso del muestreo estratificado el universo se divide en unidades homogéneas en los cuales cada individuo de cada unidad tiene la misma probabilidad de ser investigado.

En la actual investigación la población son los socios de las asociaciones textiles del cantón Latacunga (siete asociaciones en total), es importante que todos los miembros de cada asociación estén sujetos a las mismas probabilidades de selección, por lo que es necesario determinar una muestra proporcional para cada asociación textil.

Fórmula:

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

En donde:

n= muestra



N= población = 104

Z= Nivel de confianza= 95 %

P= probabilidad a favor= 50%

Q= probabilidad en contra= 50%

$e^2$ = error de estimación= 5 %

$$n = \frac{1.96^2 * 104 * 0.5 * 0.5}{(104 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 82$$

El presente estudio se realizará mediante una muestra de 82 socios de las asociaciones Textiles del cantón Latacunga.

**Tabla 6.**  
**Número de muestra por cada asociación**

ASOCIACIONES	NÚMERO	PORCENTAJE	MUESTRA
Asociación de Producción Textil “Modas y Elegancia”.	12	11,54%	9
Asociación de Producción Textil “Confeccionistas de San Felipe”.	22	21,15%	17
Asociación de Producción Textil “Hilando con Excelencia”.	21	20,19%	17
Asociación de Producción Textil “Luchando para Triunfar”.	15	14,42%	12
Asociación de Producción Textil “Emprendedores de Cotopaxi”.	10	9,62%	8
Asociación de Producción Textil “Manitas Mágicas”.	12	11,54%	9
Asociación de Confección Textil “Fuerza Productiva de Cotopaxi”.	12	11,54%	10
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>	<b>82</b>
<b>MUESTRA</b>	<b>82</b>		

### 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica para el caso de estudio es la mencionada anteriormente: desarrollo de una encuesta a los socios de las asociaciones textiles del cantón Latacunga relacionada a las variables de estudio.

De acuerdo a (Abril, 2008) La técnica de recolección de datos es un conjunto de mecanismos orientados a compilar y analizar datos de los aspectos que se estén investigando.

El instrumento utilizado es un cuestionario desarrollado a partir de las bases teóricas indagadas previamente orientado a verificar la hipótesis planteada en la investigación.

Según (Méndez Álvarez, 2011) la encuesta es una técnica que se realiza para la recolección de datos, esta se aplica aquellos problemas que se pueden observar a simple vista o existen registros similares de un tema estudiado, esta nos permite conocer cuál es la opinión que poseen los individuos involucrados con la investigación.

La encuesta se la realiza a través de un cuestionario que es una serie de preguntas diseñado por el investigador, que se realiza para aplicar a una población uniforme que tengan el nivel de problemática cercano relacionado con el tema de estudio. (p.252)

### **3.6.1. Diseño del instrumento de recolección de información.**

Como se ha mencionado anteriormente se desarrolla una encuesta para la compilación de información.

A continuación, se visualiza el modelo del cuestionario a aplicar a los socios de las asociaciones textiles del cantón Latacunga.

**ENCUESTA SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ASOCIATIVA ASOCIATIVA EN LAS ASOCIACIONES TEXTILES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI.**

**Objetivo:** Determinar el nivel de aplicación de la Responsabilidad Solidaria Asociativa y su influencia en los resultados del balance social en las asociaciones textiles de Latacunga provincia de Cotopaxi.

**INSTRUCCIONES.** - Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X solo una respuesta.

**Parte I: Información General**

**1.1 Años de antigüedad**

Menor a 1 año \_\_\_\_\_

De uno a 5 años \_\_\_\_\_

Mayor a 5 años \_\_\_\_\_

**1.2 Localización de la asociación**

Norte de la ciudad \_\_\_\_\_

Centro de la ciudad \_\_\_\_\_

Sur de la ciudad \_\_\_\_\_

**Parte II: Responsabilidad Social Asociativa de las asociaciones textiles.**

**1.- ¿Conoce usted sobre la responsabilidad Solidaria Asociativa?**

Si	
No	

**2. De acuerdo a su consideración ¿qué beneficio es el más importante para los socios al ser parte de una asociación?**

Compartir conocimientos y experiencias de trabajo.	
Cooperación entre socios.	
Buena relación con los clientes y proveedores.	
Poder de mercado.	

**3. Considera Ud. ¿Qué el mayor aporte de una asociación a la sociedad debe ser?**

Retribuciones económicas para la sociedad.	
Desarrollo social.	
Desarrollo de actividades ambientales.	

**4. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que mejorarían al tener la asociación política de Responsabilidad Solidaria Asociativa?**

Ambiental.	
Social.	
Económica.	
Ninguna de las anteriores.	

**5. ¿La organización a la cual pertenece presenta en sus planes algún tipo de ayuda (social, comunitaria, económica, entre otros) con el objeto de beneficiar a la comunidad?**

Si	
No	

**6. ¿Considera Ud. Favorable para sus actividades económicas el pertenecer a una asociación?**

Si	
No	

**Parte III: Información relacionada con el Balance Social.**

**7. ¿Conoce usted sobre el Balance Social?**

Si	
No	

**8. ¿Qué beneficios considera usted como el más importante para sus trabajadores?**

Remuneración digna	
Armonía laboral y familiar	
Clima laboral	
Programas de salud y bienestar social	
Horas de recreación	
Capacitación	

**9. ¿Cuál es la principal razón de sus clientes para adquirir su producción?**

La calidad de los productos comercializados	
Comercio justo	
Buena atención	

**10. ¿En apoyo a la comunidad cuál de los siguientes ítems considera usted como el más importante?**

Donaciones a instituciones sociales de la comunidad	
Programas medioambientales	
Cumplimiento de leyes y ordenanzas	

**Parte V: Preguntas relacionadas con la propuesta.**

11. ¿La Responsabilidad Solidaria Asociativa de su establecimiento ha permitido obtener buenos resultados dentro del Balance Social?

Si	
No	

### **3.6.2. Validez y confiabilidad del instrumento de recolección**

(Blanco & Alvarado, 2005) aseguran que la validez de un documento busca determinar si el instrumento permite medir el objeto de estudio, aunque se puede utilizar métodos como la técnica de construcción de la escala Likert, el método Alpha, entre otros que permiten obtener una correlación entre los ítems a fin de discriminar aquellos que se desvíen del objeto de estudio, aunque otros autores (Ruiz 1998) consideran que la validez del instrumento no puede expresarse numéricamente, ya que esta puede sostenerse en base a juicios.

El presente instrumento presenta una validez adecuada en base a su respaldo teórico. El cuestionario será sometido a un juicio por parte de tres expertos de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, los cuales valoraran aspectos técnicos y metodológicos del instrumento de recolección de datos.

A continuación, se adjunta el formato de acta de validez del instrumento de recolección de datos.

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, ....., titular de la cédula de ciudadanía N°.....de  
profesión Ingeniero,

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (Cuestionario) a los efectos de aplicación a las asociaciones textiles del cantón de Latacunga, provincia Cotopaxi.

Luego de hacer las observaciones pertinentes puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			OBSERVACIONES
	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	
Presentación del instrumento.				
Claridad en la redacción de los ítems.				
Pertinencia de la pregunta con los objetivos.				
Relevancia del contenido.				
Factibilidad de aplicación.				

Ciudad, Día \_ Mes\_\_\_ Año\_\_.

Nombres y apellidos del experto

C.C.....

### **3.7. Técnicas de análisis de datos**

El análisis de datos de la investigación será efectuado a través de cálculos y herramientas estadísticas como: Estimación de valores, tabulación de datos, correlación de variables y chi-cuadrado para la comprobación de hipótesis, para lo cual se utilizará programas computarizados que facilitan el cálculo de los mismos entre estos serán utilizados los siguientes: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) y Hojas de cálculo en Excel.

### **3.8. Resultados de la encuesta**

La encuesta fue aplicada a una muestra de 82 socios de las asociaciones textiles, la misma que fue calculada anteriormente, los resultados a presentarse en base a las respuestas de los encuestados son base fundamental dentro del estudio de la Responsabilidad Solidaria Asociativa de las asociaciones textiles del cantón Latacunga, además determinarán la viabilidad de desarrollar una herramienta de evaluación del Balance Social.

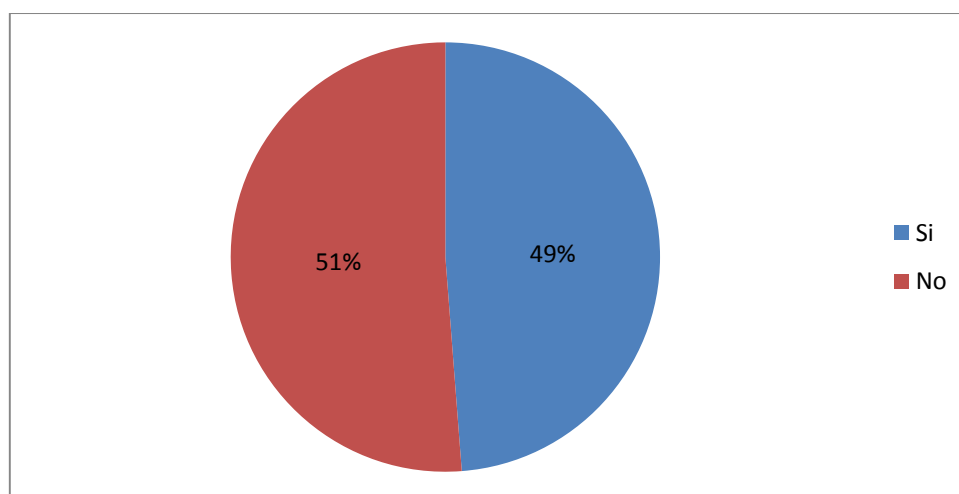


### 3.8.1. Conocimiento sobre Responsabilidad Solidaria Asociativa

**Pregunta 1.- ¿Conoce usted sobre la Responsabilidad Solidaria Asociativa?**

**Tabla 7.**  
**Conocimiento sobre Responsabilidad Solidaria Asociativa**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	48.8
No	42	51.2
Total	82	100.0



**Figura 6. Conocimiento sobre Responsabilidad Solidaria Asociativa**

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

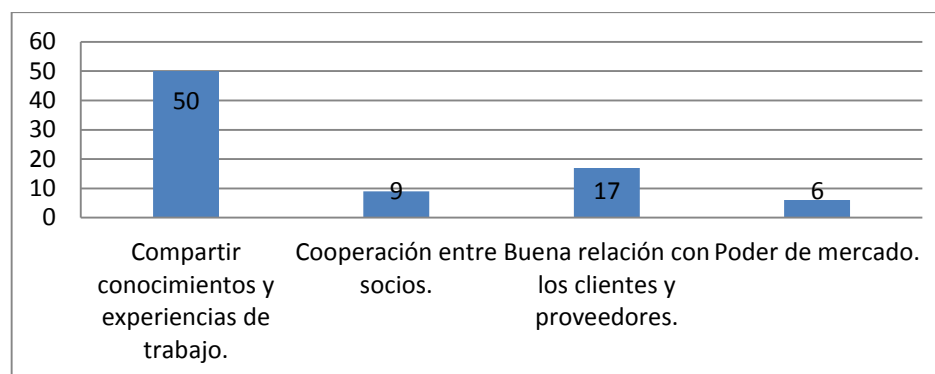
El 48,8% de los encuestados si conocen sobre la Responsabilidad Solidaria Asociativa, los mismos han asegurado que sus respectivas asociaciones si manejan estos términos dentro de sus operaciones. Pese a no ser mayoría, se puede considerar que existe un gran grupo que apoya la RSA como parte de la filosofía general de las asociaciones. Los resultados reflejan que los conocimientos sobre la RSA no han llegado aún a todos integrantes de este sector de la economía popular y solidaría, por lo tanto, los esfuerzos por difundir estas prácticas no deben decaer.

### 3.8.2. Principales beneficios al ser parte de una asociación

**Pregunta 2.- ¿De acuerdo a su consideración que beneficio es el más importante para los socios al ser parte de una asociación?**

**Tabla 8.**  
**Principales beneficios al ser parte de una asociación**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Compartir conocimientos y experiencias de trabajo.	50	61.0
Cooperación entre socios.	9	11.0
Buena relación con los clientes y proveedores.	17	20.7
Poder de mercado.	6	7.3
Total	82	100.0



**Figura 7. Principales beneficios al ser parte de una organización**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN. -**

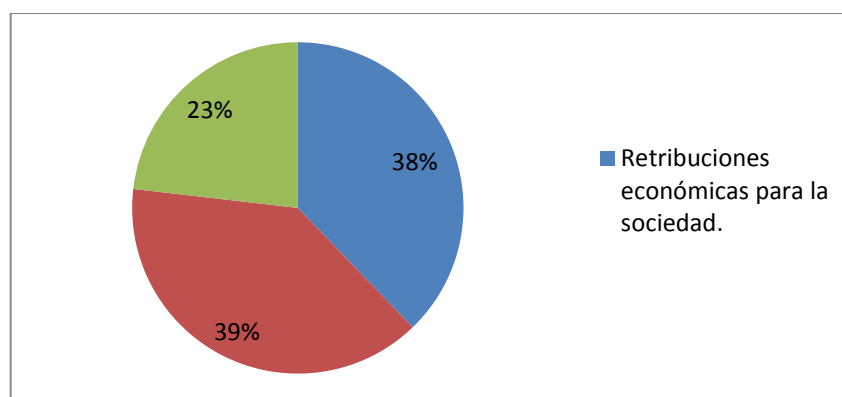
Existe una gran preferencia por parte de los asociados por compartir conocimientos y experiencias de trabajo, pues, el 61% de los encuestados asegura que este principal beneficio al ser parte de una asociación, el 20,7% considera que formar parte de una organización les permite mejorar la confianza y por ende la relación con clientes y proveedores, mientras que el 11% de ellos menciona que la gran ventaja es la cooperación existente entre socios, el 7,3% de los encuestados- asegura que la gran ventaja es el poder de mercado que se adquiere a través de la gran expansión territorial de cada una de las unidades de negocio.

### 3.8.3. Principales aportes a la sociedad

**Pregunta 3.- Considera Ud. ¿Que el mayor aporte de una asociación a la sociedad debe ser?**

**Tabla 9.**  
**Principales aportes de una asociación a la sociedad**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Retribuciones económicas para la sociedad.	31	37.8
Desarrollo social.	32	39.0
Desarrollo de actividades ambientales.	19	23.2
Total	82	100.0



**Figura 8. Principales aportes a la sociedad por parte de las asociaciones**

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

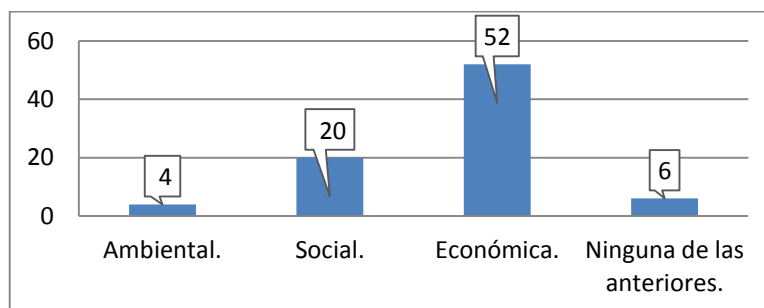
Las asociaciones mejoran la calidad de vida de sus integrantes y de quienes los rodean, el 37,8% de los encuestados menciona que el principal aporte de una asociación a la sociedad es el desarrollo social a razón de la generación de empleo y el impulso productivo de la industria textil. Otro grupo bastante importante 37,8% de los encuestados- considera que, el mayor aporte de las asociaciones textiles son las retribuciones económicas a la sociedad a través de las diferentes contribuciones e impuestos que se entregan para beneficio de la colectividad. El 23,2% de los encuestados considera que un punto a favor de las asociaciones textiles es el desarrollo de actividades ambientales, estas ayudan a mitigar el impacto ambiental.

### 3.8.4. Aspectos de madejo en la aplicación de políticas de Responsabilidad Solidaria Asociativa

**Pregunta 4.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que mejorarían al tener la asociación, políticas de Responsabilidad Solidaria Asociativa?**

**Tabla 10.**  
**Aspectos de mejora en la aplicación de políticas de Responsabilidad Solidaria Asociativa.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Ambiental.	4	4.9
Social.	20	24.4
Económica.	52	63.4
Ninguna de las anteriores.	6	7.3
Total	82	100.0



**Figura 9. Aspectos de mejora en la aplicación de políticas de RSA**

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

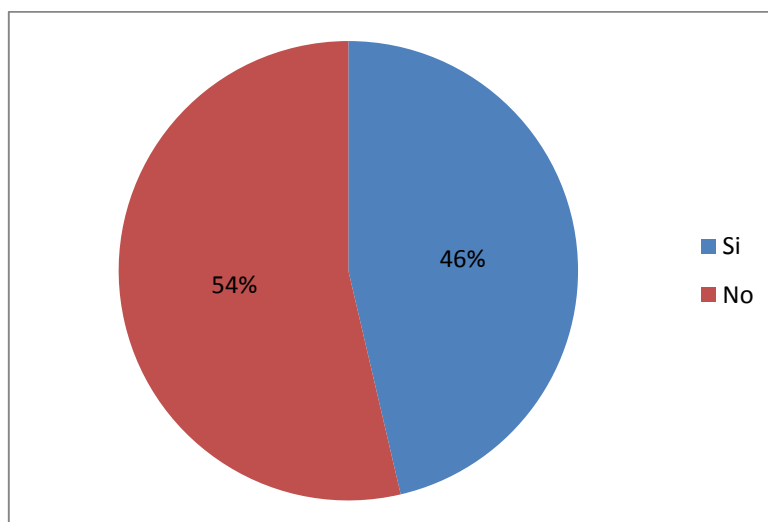
Basándose en las dimensiones que conlleva la Responsabilidad Social, los socios de las asociaciones textiles dan una mayor preferencia a la dimensión económica 63,4% de los encuestados considerando a la Responsabilidad Solidaria como un factor determinante para la estabilidad económica. Otros 24,4% apuntan a la dimensión social como punto mejorado, las políticas de Responsabilidad Solidaria hacen énfasis el desarrollo social interno y externo. El 4,9% considera que se mejoran los aspectos ambientales ya que la responsabilidad Solidaria impulsa a las asociaciones reducir daños al medio ambiente, 7,3% de los encuestados- que consideran que la Responsabilidad Solidaria no mejora nada.

### 3.8.5. Desarrollo de planes de ayuda social

**Pregunta 5.- ¿La organización a la cual pertenece presenta en sus planes algún tipo de ayuda?**

**Tabla 11.**  
**Desarrollo de planes de ayuda social.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	46.3
No	44	53.7
Total	82	100.0



**Figura 10. Desarrollo de planes de ayuda social**

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 54% de los encuestados han mencionado que no existen planes de ayuda social comunitaria entre otros existe un 46% que si presenta planes con el objeto de beneficiar a la comunidad. Los datos muestran todavía una indiferencia entre asociación y sociedad.

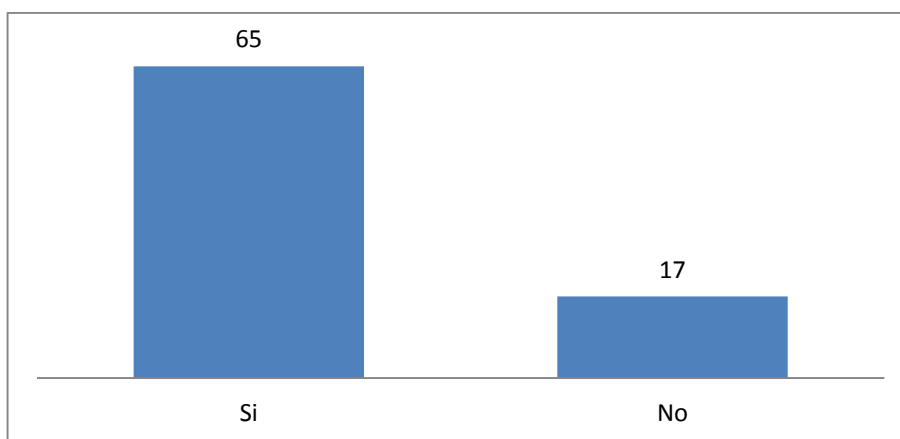
### 3.8.6. Establecimientos textiles beneficiados por perteneces a una asociación

**Pregunta 6.- ¿Considera Ud. Favorable para sus actividades económicas el pertenecer a una asociación?**

**Tabla 12.**

**Establecimientos textiles beneficiados por pertenecer a una asociación.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	79.3
No	17	20.7
Total	82	100.0



**Figura 11. Establecimientos textiles beneficiados por pertenecer a una asociación**

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

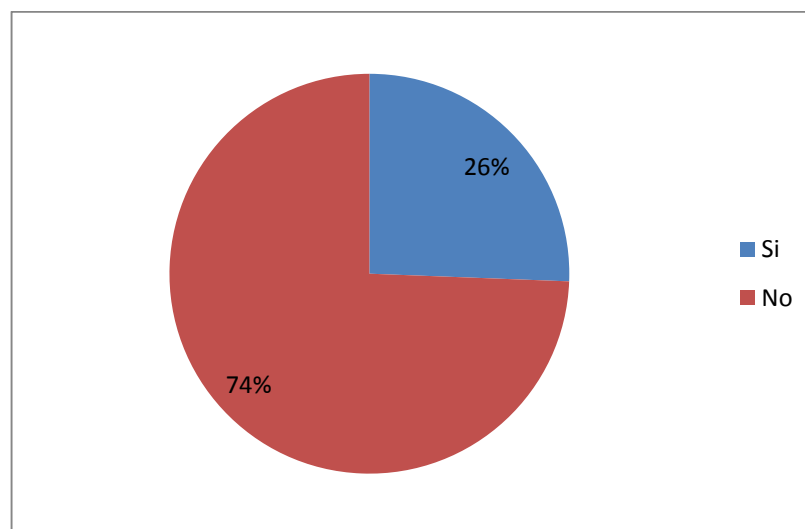
El 79,3% asegura que ser asociado trae beneficios mayores que trabajar individualmente. Uno de los aspectos más relevante es el trabajo en equipo en el cuál se da participación a todos los integrantes de la asociación, además se hace énfasis a la mayor facilidad para poder ser proveedor del estado, entre otros. Existe una resistencia del 20,7% que no lo ve beneficioso pertenecer a una asociación, consideran que en las asociaciones existe corrupción y la repartición de ganancias no es justa, por lo tanto, prefieren el trabajo individual.

### 3.8.7. Conocimiento sobre el Balance Social

#### Pregunta 7.- ¿Conoce usted sobre el Balance Social?

**Tabla 13.**  
**Conocimiento sobre el Balance Social.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	25.6
No	61	74.4
Total	82	100.0



**Figura 12. Conocimiento sobre el Balance Social.**

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

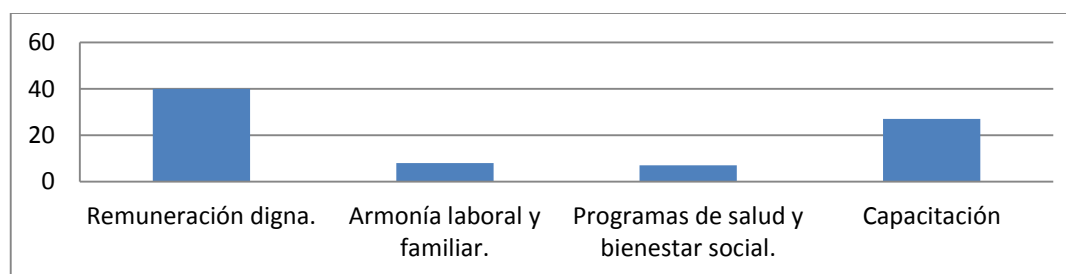
El 74,4% de los propietarios de los establecimientos textiles desconoce estos términos, el 25,6% en cambio si conoce. Aquí se nota con claridad la necesidad de capacitar a los socios de las asociaciones textiles en estos términos, esto debe ser punto de atención por parte de los organismos gubernamentales, universidades, colectividad general.

### 3.8.8. Beneficios más importantes para los trabajadores dentro de la asociación

**Pregunta 8.- ¿Qué beneficios considera usted como el más importante para sus trabajadores?**

**Tabla 14.**  
**Beneficio más importante para los trabajadores en el interior de las asociaciones.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Remuneración digna.	40	48.8
Armonía laboral y familiar.	8	9.8
Programas de salud y bienestar social.	7	8.5
Capacitación	27	32.9
Total	82	100.0



**Figura 13. Beneficio más importante para los trabajadores en el interior de las asociaciones textiles.**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN. -**

El 48,8% de los encuestados considera que el beneficio más importante para un trabajador es una remuneración digna, cuando hablamos de remuneración hablamos de un salario que les permita salir adelante y mejorar sus condiciones de vida. El 32,9% asegura que la capacitación es el mejor beneficio para un trabajador por que esta le permite crecer profesional y académicamente. El 9,8% en cambio da prioridad a la armonía laboral y familiar por encima de los intereses personales. Un 8,5% de los encuestados por su arte considera como primordial para los trabajadores los programas de salud y bienestar social.



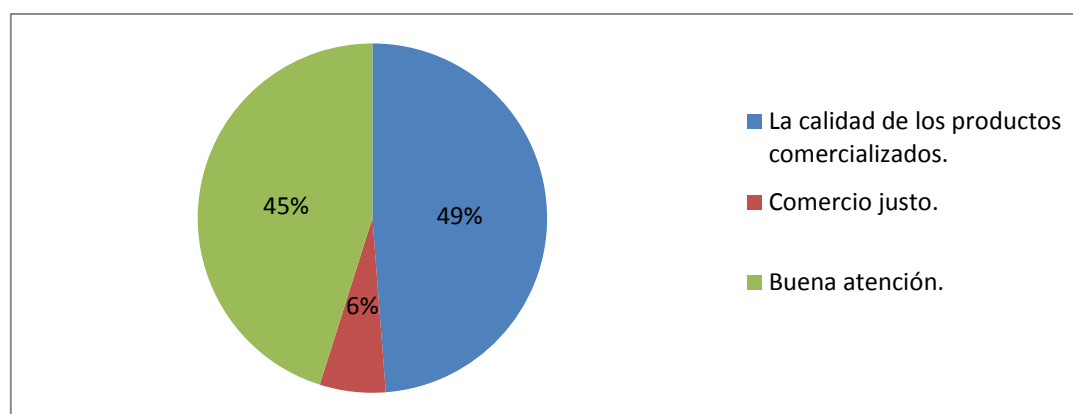
### 3.8.9. Motivo para que los clientes adquieran su producción

**Pregunta 9.- ¿Cuál es la principal razón de sus clientes para adquirir su producción?**

**Tabla 15.**

**Principales motivos de los clientes para adquirir la producción de las asociaciones textiles.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
La calidad de los productos comercializados.	40	48.8
Comercio justo.	5	6.1
Buena atención.	37	45.1
Total	82	100.0



**Figura 14. Principales motivos de los clientes para adquirir la producción de las asociaciones textiles**

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 48,8% de los dueños de los establecimientos menciona a la calidad de los productos comercializados como la principal razón para adquirir su producción. El 45,1% menciona a la buena atención como táctica elemental para satisfacer a la clientela. Mientras que un reducido 6,1% de los encuestados apuntan al comercio justo como gran motivo para adquirir sus productos por parte de los clientes.

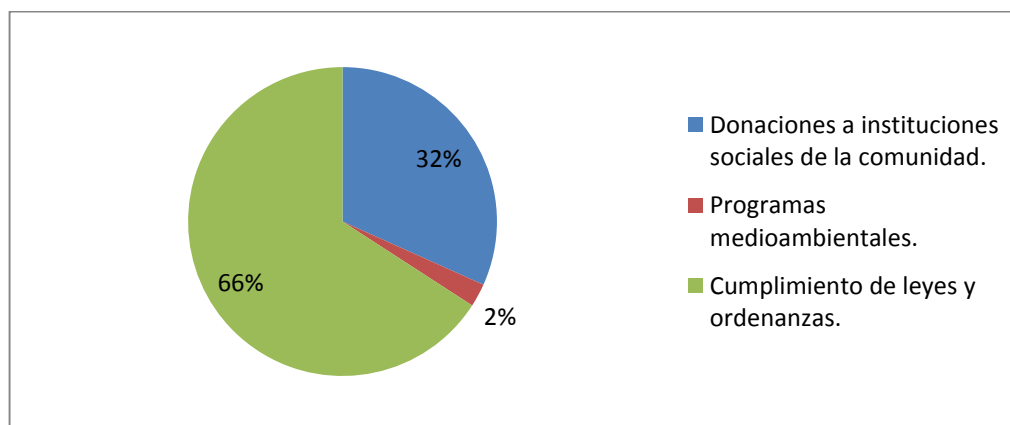
### 3.8.10. Principales apoyos a la comunidad por parte de la asociación

**Pregunta 10.- ¿En apoyo a la comunidad cuál de los siguientes ítems considera usted como el más importante?**

**Tabla 16.**

**Principales apoyos a la comunidad por parte de las asociaciones**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Donaciones a instituciones sociales de la comunidad.	26	31.7
Programas medioambientales.	2	2.4
Cumplimiento de leyes y ordenanzas.	54	65.9
Total	82	100.0



**Figura 15. Principales apoyos a la comunidad por parte de las asociaciones**

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

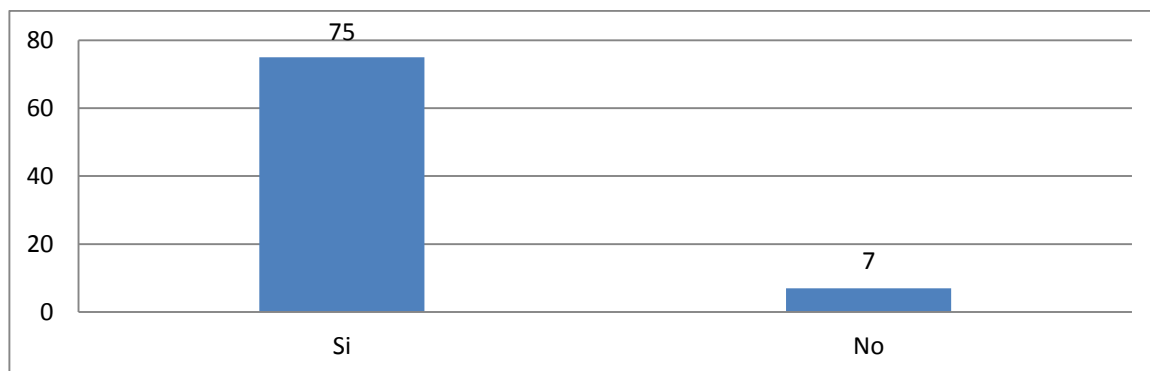
El cumplimiento de leyes y ordenanzas se considera el principal apoyo a la comunidad por parte del 65,9% de los encuestados, el 31,7% de los dueños de los establecimientos opta por la filantropía (donaciones a instituciones sociales de la comunidad) como el punto más importante en apoyo a la comunidad. Apenas el 2,4% apunta a los programas medioambientales como principal apoyo a la comunidad por parte de las asociaciones.

### 3.8.11. La Responsabilidad Solidaria Asociativa como promotora de buenos resultados en el Balance Social.

**Pregunta 11.- ¿La Responsabilidad Solidaria Asociativa de su establecimiento ha permitido obtener buenos resultados dentro del Balance Social?**

**Tabla 17.**  
**Incidencia de la Responsabilidad Solidaria Asociativa en el Balance Social**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	91.5
No	7	8.5
Total	82	100.0



**Figura 16. Incidencia de la Responsabilidad Solidaria Asociativa en la obtención de buenos resultados en el balance Social en las asociaciones textiles**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN. -**

Existe una mayoría absoluta con el 91,5% de los dueños de los establecimientos ha dado un voto afirmativo indicando la influencia de la Responsabilidad Solidaria Asociativa en la obtención de buenos resultados dentro del Balance Social. Un 8,5% de los encuestados opina lo contrario, han manifestado su escepticismo en la consideración de la Responsabilidad Solidaria Asociativa como parte vital en la obtención de buenos resultados dentro del Balance social.

### **3.9. Informe de Investigación**

Las encuestas fueron desarrolladas satisfactoriamente a 82 socios de las asociaciones textiles seleccionados al azar con la finalidad de obtener información de campo relacionada a las variables de estudio: Responsabilidad Solidaria Asociativa (RSA) y Balance Social (BS). Durante el desarrollo de la misma, se fue evaluando la predisposición de los mismos a la adopción de estos términos (RSA y BS) en el “día a día” de sus actividades productivas, y a la vez se dieron explicaciones sobre en qué consiste la RSA y el BS a quienes mostraban desconocimiento o aversión a los mismos.

Los resultados de la encuesta muestran un desconocimiento parcial (52% de los encuestados) sobre la RSA en el sector asociativo textil del cantón Latacunga

Los resultados de la encuesta muestran un desconocimiento parcial sobre la responsabilidad solidaria asociativa ya que solo el 48,8% de los encuestados conocen lo que es la responsabilidad solidaria asociativa, mientras que “ la otra mitad” ha admitido su desconocimiento con respecto a la misma, esto se ve aún más acentuado con respecto al conocimiento sobre balance social en el sector en el cual claramente el 74,4% de los socios encuestados mostro su claro desconocimiento sobre este segundo término , siendo esto ya una mayoría absoluta en este rubro.

Sin embargo el estudio permitió observar la buena predisposición de los socios a apegarse el principio de solidaridad en el interior de las asociaciones, pues claramente un 61% de los encuestados estuvieron de acuerdo en que el principal beneficio de pertenecer a una asociación es el compartimiento reciproco de conocimientos y experiencias de trabajo, aseguran que nutrirse de esta información proporcionada entre todos los miembros les ayuda a mejor y crecer continuamente, contrariamente apenas un 7,3% considera que el mayor beneficio es poder de mercado, la mayoría a coincido en que lo más importante de una asociación es la solidaridad entre socios.

Por otra parte en cuanto al ambiente externo es decir la imagen entre asociación y sociedad muestra diferentes pensamientos entre los socios, el 37,8%% de los socios

encuestados consideran que esta imagen se ve mejorada siempre y cuando las asociaciones generen retribuciones económicas para la sociedad en cambio un 39% va un paso más allá y considera que no solo es importante las retribuciones económico sino al desarrollo social en general es decir es importante que la asociación esté involucrada en el crecimiento tanto de sus trabajadores como de la sociedad en general tanto en aspectos económicos, académicos, culturales y sociales. No deja de ser importante la parte ambiental el 23,2% de los socios encuestados han manifestado que las asociaciones deben ayudar aportar a la sociedad un ambiente sano y saludable en el cual todos podamos convivir se considera que sin la parte ambiental el resto de aspectos se ve seriamente afectados ya que por más dinero o por más beneficios sociales nadie va a querer poner en riesgo su salud o su vida acercándose a entidades que no precautelan el medio ambiente. Aunque apenas un 4,9% de los encuestados consideran que la parte ambiental se ve beneficiada por la responsabilidad solidaria asociativa, la gran mayoría solamente observa las dimensiones social y económica de la RSA.

Entre otros resultados que la encuesta arroja que muchos de los empleadores solo consideran a la remuneración y la capacitación como aspectos relevantes para sus trabajadores dejando a un lado aspectos emocionales como armonía laboral y familiar y programas de salud y bienestar social, además se ha considerado que su trabajo debe ser de calidad que su trabajo debe ser de calidad para poder convencer la clientela solo apenas el 6,1% de los socios considera el comercio justo como táctica de negocios, además la mayoría representados en un 65,9% se limitan al cumplimiento de leyes y ordenanzas como parte importante de apoyo a la sociedad mientras que el desarrollo de programas medios ambientales se ve poco apoyado apenas con un 3,4% de socios en síntesis se consideraría que hace falta intensificar la conciencia social en el sector.

Por último, una vez afinado todos los detalles y explicado a cada uno de los encuestados la relevancia de cada variable (RSA y BS) el 75% de los socios considera determinante la responsabilidad social asociativa en los resultados del balance social dándonos paso al desarrollo de una herramienta de evaluación para el balance social.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ASOCIATIVA EN LAS ASOCIACIONES TEXTILES DEL CANTÓN LATACUNGA.**

#### **4.1. Análisis macro del sector de asociaciones textiles en Latinoamérica y Ecuador**

Según (Cerón Granja, 2012) la industria textil ha llegado a ser una de las principales fuentes de empleo en toda América Latina.

Esta zona se encuentra en segundo lugar como proveedor internacional de vestido hacia el mercado de Estados Unidos, después de Asia ya que este se encuentra posicionado en primer lugar. Según los datos investigados en el año 2011 América Latina importó un 32% de volumen en prendas de vestir.

Durante el año 2010 las importaciones realizadas por esta región llegaron a cuadruplicarse de 1.542 millones de metros cuadrados en el año 2000 a 6.193 millones en el 2011 obteniendo así un crecimiento anual del 13%. La industria textil permitió diversificar las exportaciones ya que durante los años 80 quien lideraba la lista era los productos agrícolas. Esta industria tuvo un desarrollo retardado en América latina, pero aun así no deja de ser una de las más antiguas a nivel mundial, se considera como uno de las áreas manufactureras que más aporte económico otorga al continente, ocupando materia prima natural de todos los países generando una mayor cantidad de fuentes de empleo y utilizando recursos de calidad.

Según (Prado, Hernández, Coj, Pineda, & Ventura, 2010) la industria textilera junto con los productos agropecuarios son los recursos más importantes de la mayoría de países a nivel latinoamericano, ya que estos son bienes que se comercializan con más importancia a nivel mundial, a su vez una de las principales características de estas industrias es que reactivan la economía del país ya que estas son las principales fuentes generadoras de empleo ocupando a la mayor parte de la población económicamente activa por la misma

razón este sector a lo largo de la historia ha sido precautelado en la mayoría de países sobre todo en los países desarrollados.

#### 4.1.1. Desarrollo del sector textil

**Tabla 18.**  
**Desarrollo del sector textil**

Años después de la segunda guerra mundial.	<p>Se buscó integrar a la industria bajo las normas del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), pero se interpuso barreras a las exportaciones del vestido por Estados Unidos y el Reino Unido debido al auge exportador del Japón.</p> <p>Pero los controles impuestos no realizaron el efecto de buscaban ya que la porción que dejó de exportar Japón empezó a ser abarcada por otros países asiáticos.</p>
1961	Los países avanzados instauraron el Acuerdo de Corto Plazo sobre el Comercio Internacional de los Textiles. Este Acuerdo de Corto Plazo se transformó luego en el Acuerdo de Largo Plazo, el cual rigió hasta el año 1973.
1974	Se aceptó el Acuerdo Multifibras (AMF) con el fin de obtener una organización en el mercado textil a nivel mundial, este acuerdo consistía en aplicar unas cuotas a ciertos países del mundo, con el objetivo de resguardar los sectores textiles de los países desarrollados.
1994	En la Ronda Uruguay (1986-1994), se estableció el Acuerdo de Textiles y Vestuario (ATV) que reemplazó al AMF. El ATV fue creado para eliminar en un lapso de diez años el sistema de protección mediante cuotas e integrar el sector a las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC).
2000	El sector textil llegó a convertirse en uno de los principales factores económicos a nivel latinoamericano, ya que genera fuentes de empleo en su mayoría y utiliza materias primas naturales de la mayoría de países del mundo.
2007	Se obtuvo un debilitamiento en la demanda realizada por los países desarrollados debido a varios factores como el tipo de cambio, las fluctuaciones de los precios de la materia prima como el gas y el petróleo, esto provocó un desconcierto en los principales mercados mundiales, debido a esto durante este año el crecimiento del comercio disminuyó en un 6% frente al 8,5% que se obtuvo durante el año 2006.

Fuente: (Prado, Hernández, Coj, Pineda, & Ventura, 2010)

#### 4.1.2. Sector textil en los principales países de América Latina

**Tabla 19.**

##### **El sector textil en los principales países de América Latina**

COLOMBIA	Este país es reconocido a nivel mundial ya que presenta un gran imperio en el área textil, la representa el 8% del PIB manufacturero 8% y el 3% del PIB nacional. En los últimos años la industria textil ha cobrado importancia por el aumento de sus exportaciones y a su vez por los acuerdos arancelarios que han ayudado a incentivar el comercio internacional. Actualmente esta industria desea ser cada vez más eficiente, tener productos que sobresalgan de los demás y que permitan posicionarse en los mercados internacionales como China e India, Colombia se encuentra atravesando una crisis en la industria textil esto obedece a varios factores como la caída del precio de la moneda, la deficiente demanda mundial por la crisis financiera que se está atravesando, el cierre de mercados que fueron clave para Colombia entre otros. Como mediada para atravesar la crisis Colombia se ve obligada a adoptar nuevos mercados para poder generar alternativas para el crecimiento de las empresas que pertenecen a este sector, para lo cual se a desarrollado el programa de transformación productiva de sectores de clase mundial, que busca mejorar la competitividad de las empresas textiles.
BRASIL	Según la Asociación Brasileña de la Industria Textil y de la Confección (ABIT) reportó para el año 2009 que Brasil está compuesto por tres mil empresas que pertenecen al sector textil, que realizan una producción de nueve mil millones en prendas de vestido, realizando una facturación de cuarenta y siete mil millones de dólares, a su vez se ubica en segundo lugar como las principales fuentes generadoras de empleo ya que tiene un millón de empleados aproximadamente, además es el segundo productor de denim en el mundo y tercer consumidor de denim (Tejido de algodón muy resistente que se emplea en la confección de pantalones vaqueros y otras prendas y accesorios) a nivel mundial.
CHILE	Chile posee una de las economías más consolidadas en América Latina fue una de las que más sobresalió en el continente gracias a la industria manufacturera incluyendo en ella el sector textil, ya que gracias a esto aumento la mano de obra y redujo la pobreza. Durante el año 2012 Chile obtuvo un producto interno bruto del 2,0% por la caída del precio del cobre, pero se espera que la economía crezca rápidamente en estos años
ARGENTINA	En la última década la industria textil en Argentina ha crecido de una manera muy notoria ya que ha reactivado la economía del país y ha generado fuentes de empleo utilizando mucha mano de obra en este sector.

Fuente: (Cerón Granja, 2012) (Procolombia, 2010) (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, 2016).



En el año 2010 Venezuela recibió un 58% de las exportaciones realizadas por Colombia, por otro lado, Argentina recibió el 29% del total de las exportaciones de Brasil. Esto le ayudó a la industria textil posicionarse en unas de las principales fuentes económicas en el continente

Según (La Estrella de Panamá, 2010) en Colombia de acuerdo con la Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones, las exportaciones de textiles en los años 2009 y 2010 cayeron 32,8% , en cambio las exportaciones a países como Venezuela, Perú y Ecuador se redujeron en un 27%, generando pérdidas cercanas a los US\$119 millones.

Según la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) Uno de los países que sufrió una disminución en sus exportaciones es Perú ya que obtuvo un 28% en las exportaciones, durante el 2010 obtuvo un incremento en sus exportaciones obteniendo un 41% dirigido hacia Estados Unidos, además se estima que el sector textil crezca en un 10% para el año 2011.

### 4.1.3. Industria textil en el Ecuador

---

En Ecuador el sector textil durante el año 2015 sufrió un descenso en las importaciones y exportaciones de la materia prima y de los bienes que elaboran, pero a pesar de eso la industria textil es una de las principales fuentes generadoras de empleo en el país.

#### SECTOR TEXTIL

---

El sector textil sufrió una decaída en sus exportaciones debido a la crisis por la que atraviesa Venezuela, ya que paso de exportar 100.000 millones de dólares durante el año 2008 a 53 millones de dólares en el 2016. Por otro la las exportaciones a la CAN (Comunidad Andina de Naciones) también se vieron afectadas.

---

Los empresarios que se encuentran inmersos en el área textil logran mantenerse gracias a que el país implemento nuevas políticas referidas a las exportaciones en el sector textil e importaciones de la materia prima, además el consumo interno se ha incrementado debido a que los bienes extranjeros otorgan sus productos a precios muy elevados, para el año 2017 se espera que las exportaciones de textiles aumenten en un 15%.

---

### Figura 17. Industria textil en el Ecuador

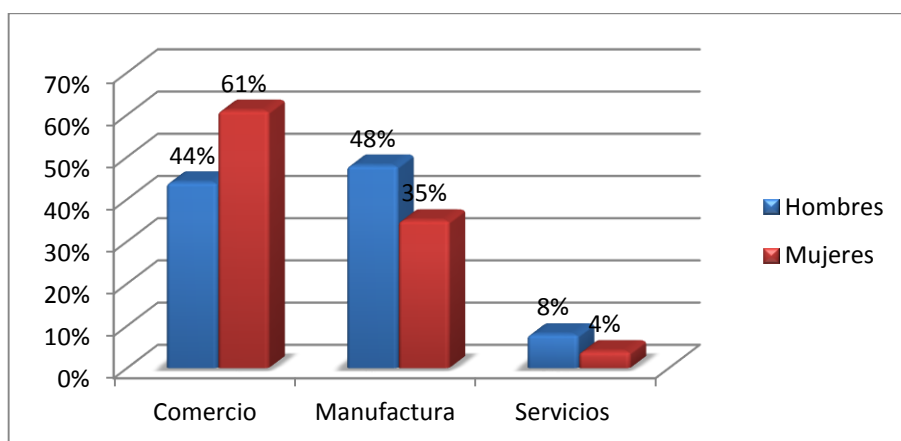
Fuente: (Revista Vistazo, 2016) (Gonzalez Litman, 2017)

#### A. Aspectos económicos

La economía en el Ecuador tuvo un incremento notable durante el año 2000 debido a que en ese año se realizó la dolarización, esto permitió que el país no decaiga durante la crisis que se produjo en el año 2009.

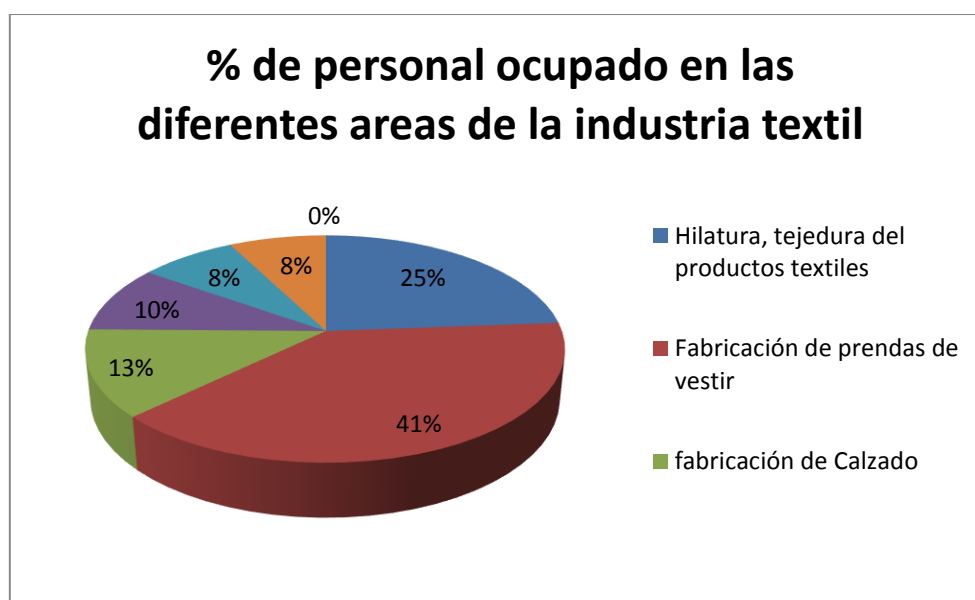
Según el fondo monetario internacional, Ecuador se encuentra en el octavo lugar de las mejores economías en América Latina, durante el año 2017 se registró una economía total de 76.872 millones de dólares.

Según (El Comercio, 2017) la industria textil se encuentra el Ecuador ubicado en el puesto número dos como mayor ofertante de fuentes de trabajo ya que según el último censo esta ha generado 174.125 puestos de trabajo, esta cifra simboliza un 21% de todas las empresas manufactureras que existen en el país.



**Figura 18. Total de personas ocupadas dentro en las diferentes empresas en el Ecuador**

Fuente: INEC

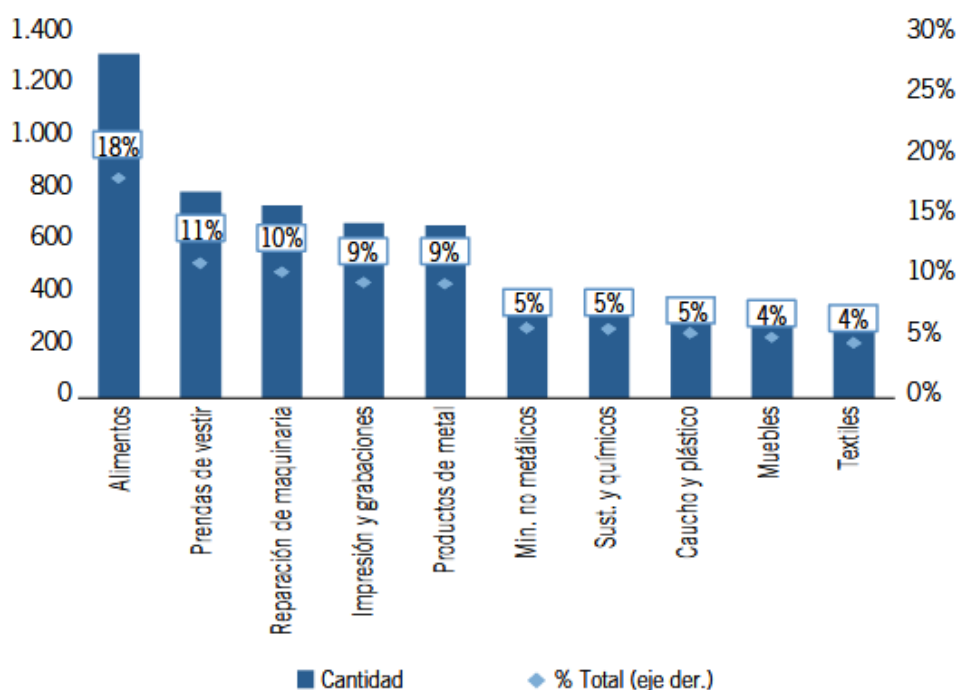


**Figura 19. Total de personas ocupadas dentro de la industria textil**

Fuente: INEC

En los siguientes gráficos podemos observar que la mayor cantidad de personas ocupadas dentro de la industria textil se encuentra ubicadas de la fabricación de vestidos representando un 41% del total de personas empleadas demostrando, a su vez podemos observar también que la industria manufacturera obtiene un total de 48% de hombres empleados y un 35% de mujeres demostrando que este sector es una de las principales fuentes que generan empleo en el Ecuador.

El sector textil en el Ecuador representa uno de las principales fuentes económicas ya que durante los años 2015 y 2015 esta se ubicó en un 8% de producto interno bruto en el país. La industria textil abarco unas ventas de 1.313 millones de dólares durante el año 2016 que representa un 5% del total de las ventas de las empresas manufactureras. Las empresas del sector manufacturero crecen cada vez más ocupando el área textil en segundo lugar con más empresas en el sector.



**Figura 20. Establecimientos textiles en el Ecuador**

Fuente: INEC

La siguiente grafica señala que dentro de las empresas manufactureras que existe en el Ecuador el área textil después del área alimenticia es la que más firmas posee dentro del país indicando así que este sector crece cada vez más dentro de la economía ecuatoriana llegando a ser unos de los principales productos de exportación.

**Tabla 20.**

**PIB de la industria manufacturera**

<b>AÑO</b>	<b>PIB</b>
2000	3.353.742
2001	3.928.871
2002	4.176.340
2003	4.345.472
2004	4.621.154
2005	5.136.671
2006	5.742.829
2007	6.077.119
2008	7.447.386
2009	7.699.188
2010	8.271.976
2011	9.226.067

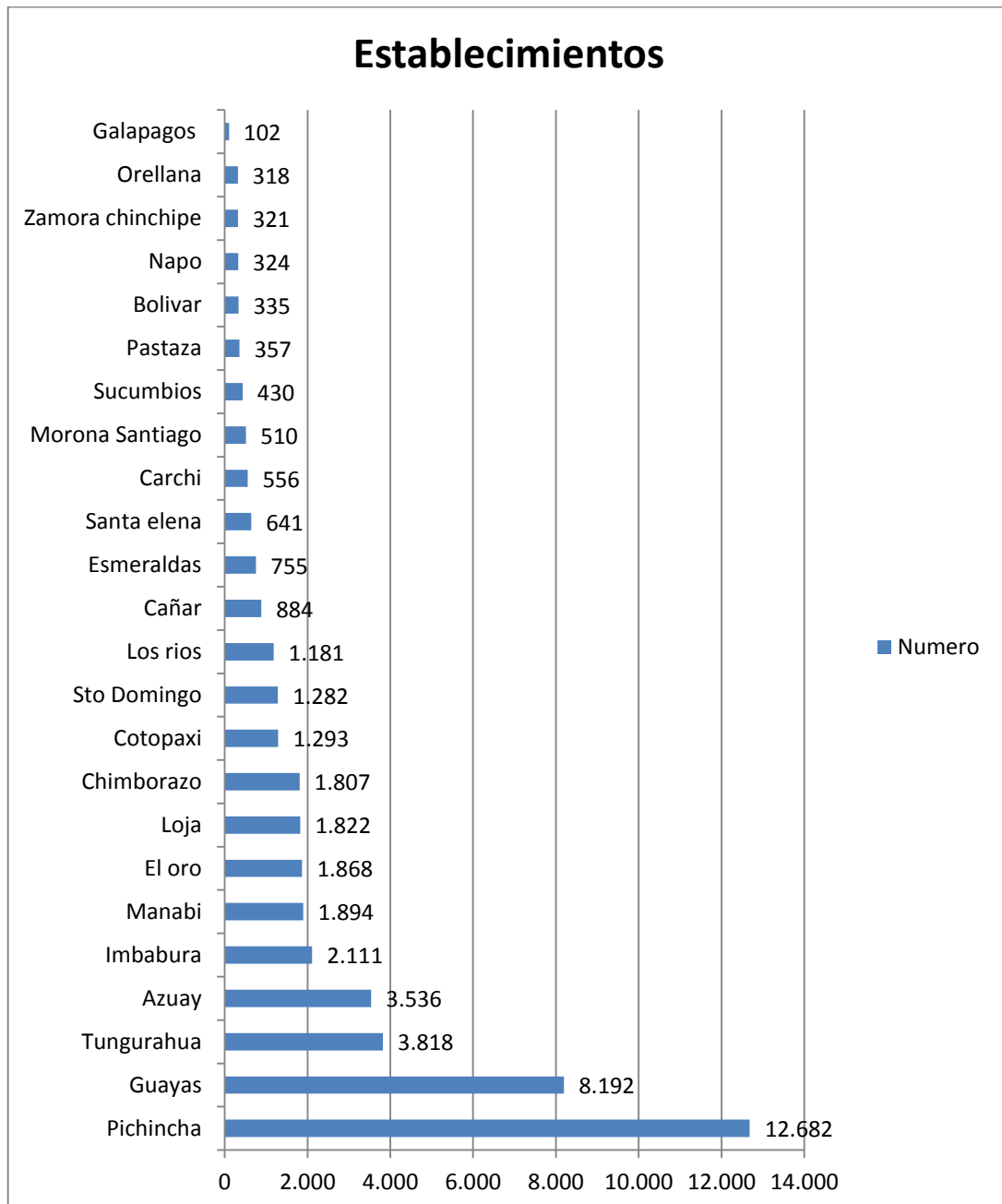
**Fuente: Banco central del Ecuador**

Durante los últimos años el PIB de las empresas manufactureras ha ido incrementando como podemos observarlo en la siguiente tabla, lo cual quiere decir que este sector aporta mucho a la economía del país dentro del mismo se encuentra el área textil que para los años 2015 apporto con un 0,84% de PIB.

Según (Asociación de Industrias Textiles, 2018) existen diferentes empresas textiles distribuidas en todo el Ecuador, pero son las provincias de Azuay Guayas Imbabura y Tungurahua quienes más aportes de exportaciones y ventas dan al país unos de los principales productos que fabrican estas provincias son hilados y tejidos sin dejar atrás a la fabricación de prendas de vestir.

En el siguiente grafico podemos evidenciar el número de establecimientos textiles que existe en cada una de las provincias del Ecuador, siendo Pichincha quien obtiene el

primer lugar con un total de 12.682 establecimientos, ubicándose en último lugar la provincia de Galápagos con un total de 102 establecimientos.



**Figura 21. Total de establecimientos existentes en el Ecuador**

## **B. Aspectos políticos**

Según (Maldonado, 2012) Ecuador se encuentra en octavo lugar de las economías más grandes de Latinoamérica, este país logro hacer negociaciones para firmar el Tratado de libre Comercio TLC con Estados Unidos a su vez se ha negociado tratados bilaterales con otros países, llego a ser miembro de la Comunidad Unida de Naciones CAM y ser socio de la MERCOSUR además llego a formar parte de la Organización Mundial del Comercio OMC, del Fondo Monetario Internacional FMI, del Banco Mundial, Del Banco Interamericano de Desarrollo BID y de muchas otras organizaciones multilaterales, durante el año 2008 también se creó las UNASUR Unión de Naciones Sudamericanas obteniendo su sede en Quito.

Según (Gonzalez Litman, 2017) en la última década Ecuador sufrió grandes cambios en su política arancelaria lo que produjo una disminución a los envíos realizados a la CAN por parte del sector textil, así mismo se vieron afectadas las exportaciones que se realizaba hacia Estados Unidos, esto permitió que Chile y Panamá tomaran la batuta incrementando la exportación de su producción encima del 50%.

Según (El Universo, 2015) en el Gobierno del ex presidente Rafael Correa se implementó las salvaguardias desde el 11 de marzo del 2015 esto hace referencia a un 32% de impuesto de las importaciones realizadas esto aplicaba a materias primas, piezas de vehículos y bienes de capital viéndose afectada la industria textil ya que muchos de los insumos son importados de diferentes países. Se aplicó diferentes porcentajes dependiendo del producto que van desde 5, 15 y 25 por ciento.

Según (El Comercio, 2017) En el año 2017 se realizó la eliminación de los aranceles y salvaguardias previsto durante el año 2015 para la importación de productos de licores materias primas piezas de vehículos entre otros

## **C. Aspecto social y cultural**

### Aspecto social

Según (Maldonado, 2012) menciona que el Ecuador es considerado como uno de los países que más intervienen y donde su aportación de la riqueza es una de las más

complicadas dentro de Latinoamérica ,los más importantes ingresos se distribuyen de la siguiente manera el 20% de la población más rica posee un 53,3% de la riqueza además del 91% de las tierras más productiva, además existe un total de 20% de población pobre que solo posee un 4,3% de la riqueza y son dueños de apenas un 0,1% de las tierras, sin embargo pese a estos informes la estabilidad económica se mantiene en el país.

Según (Maldonado, 2012) indica que Ecuador posee una gran riqueza cultural a lo largo de toda su historia Posee un medio ambiente diverso donde nuestra gente, nuestros pueblos se desarrollaron ya que nuestro país posee cuatro regiones Interandina Costa, Oriente e Insular la misma que permitió que el aporte cultural sea muy diverso y variado ya que cada región posee sus propias costumbres.

Es por ello que dentro del sector textil se ha podido obtener diferentes tipos de productos como tejidos hilados y diferentes tipos de prendas de vestir debido a la diversidad de culturas que posee el país.

Todos estos productos se logran gracias a que la gente de cada de una de las regiones han logrado utilizar y sacar provecho de la riqueza que poseen a su alrededor.

#### **D. Aspecto de Mercado**

Según (INEC, 2017) en el Ecuador se puede visualizar el campo laboral y empresarial durante el año 2016 que ha existido una economía menos dinámica a comparación de los anteriores años debido a la crisis mundial por la que se está atravesando por lo tanto el mercado laboral ha sufrido un declive incluyendo en ella el sector productivo.

Según (Benalcázar, 2015) debido a la crisis que está atravesando el país las asociaciones, artesanos han tomado medidas en el asunto realizando mesas de trabajo matrices de estudio que les permitiera obtener datos del sector productivo para encontrar soluciones a esta crisis permitiéndoles así permanecer en el mercado, todo este proceso se realizó en la provincia de Imbabura que es uno de las provincias que mayor establecimientos textiles posee aquí se realizó un análisis sobre el sector textil y de la confección, según el Ministerio de industria y productividad el objetivo de esta reunión



fue incrementar nuevas políticas para el año 2016 que le permitiera a la industria textil crecer. Una de las principales causas para que este sector decaiga fue la falta de innovación de capacitación de mano de obra especializada y el no acceso a financiamiento, sin embargo, a pesar de todas las dificultades por la que está pasando este sector han podido permanecer en el mercado gracias a la innovación y calidad de sus productos.

#### **4.2. Análisis micro de las asociaciones textiles de Cotopaxi**

Según (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2017) menciona que El estado propuso un programa para los artesanos de la industria textil en todas las regiones, provincias y cantones del país , el programa se titula "hilando el desarrollo".

En la provincia de Cotopaxi gracias a las diferentes asociaciones del sector textil que existen se logró que los artesanos que se dedican a la confección de vestidos puedan participar en dicho programa, el cual ayuda a que la industria textil de esta provincia crezca y por ende fortalezca la economía de la misma, y a su vez genere más fuentes de empleo.

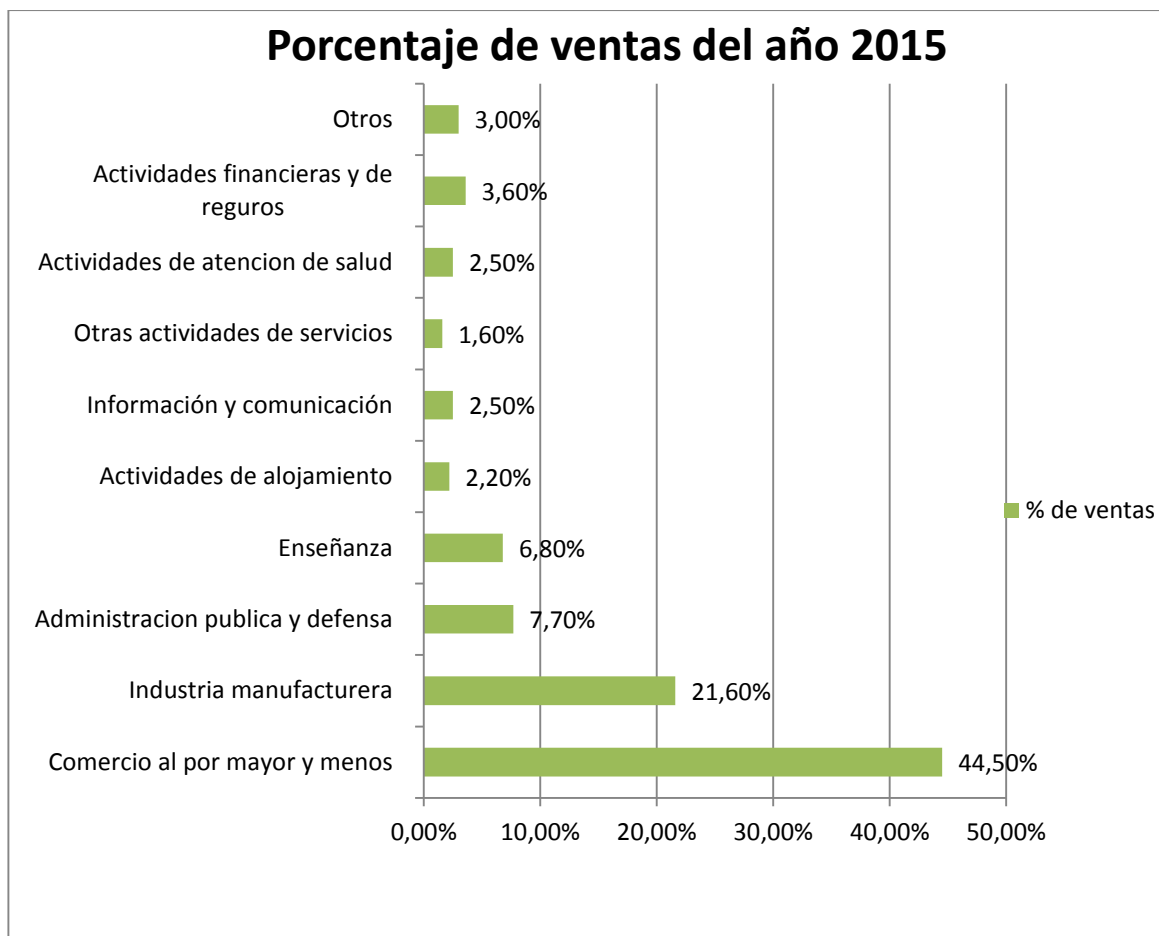
Desde el año 2007 el Estado entrega kits gratuitos de uniformes a los diferentes establecimientos escolares públicos que existen en el país, de tal manera que las fabricaciones de estos uniformes fueron otorgados a las diferentes asociaciones textil que existen en el Ecuador, durante el año 2016 el gobierno distribuyó 56 millones de dólares a diferentes productores textiles.

En la provincia de Cotopaxi se otorgaron la elaboración de 7.497 Kits de uniformes escolares de diferentes establecimientos de los cantos de La Maná, Pujilí, Pangua, Sigchos, Salcedo. Todos estos Kits fueron entregados a 133 proveedores que se encontraban inmersos dentro de las asociaciones existentes en la provincia. Cotopaxi obtuvo un total de 222.552 mil dólares por la confección de estos kits.

Según (Textiles Cotopaxi, 2018) el sector textil en la provincia de Cotopaxi se rige al cumplimiento del Reglamento de Aplicación de los Mecanismos de Participación Social

establecidos en la Ley de Gestión Ambiental, Decreto Ejecutivo 1040 y Acuerdo Ministerial No. 103 propuesto por El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Cotopaxi, el cual procura preservar el medio ambiente e impedir que esta industria dañe el ecosistema.

En la provincia de Cotopaxi la industria manufacturera después del sector de venta al por mayor y menos es uno de los sectores que mayor contribución tiene con la economía de la provincia ya que esta aporta al Producto Interno Bruto PIB con un 1,6% según el Banco Central siendo sus mayores aportantes la industria manufacturera y el comercio siendo parte del sector manufacturero la industria textil. Como lo podemos apreciar en la siguiente gráfica la industria manufacturera ha aportado a la economía de la provincia con un 21,60% de ventas durante el año 2015.



**Figura 22. Porcentaje de ventas de las diferentes industrias.**

Fuente: INEC

#### **4.2.1. Cantón Latacunga**

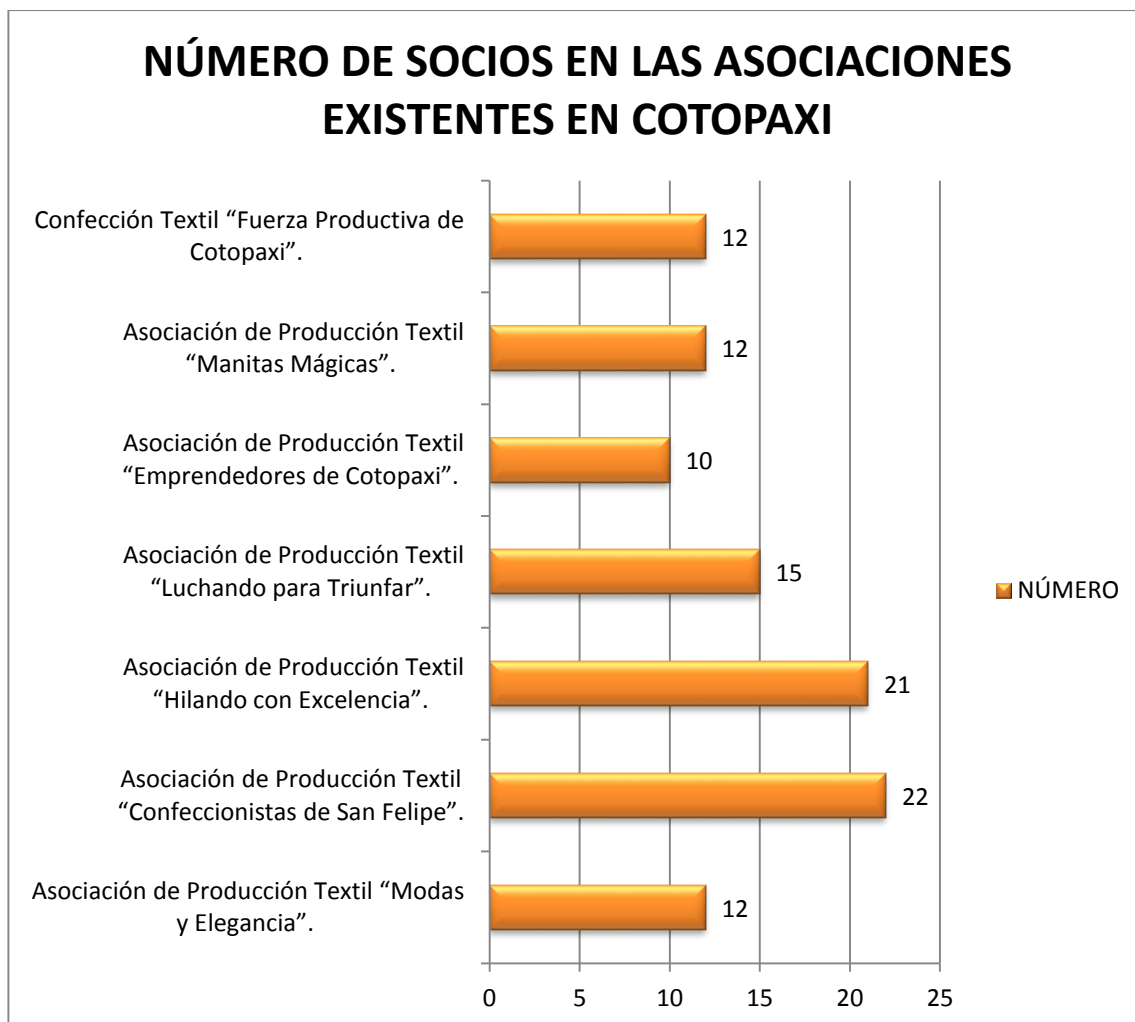
Latacunga es uno de los cantos que contribuyen mayormente a la economía de la provincia mediante la ganadería el comercio y la industria manufacturera incluyéndose dentro de ella el sector textil, este es uno de los principales generadores de empleo directo e indirecto en el cantón como lo podemos observar en la siguiente grafica la industria manufacturera obtiene un porcentaje de 13,7% de personal ocupado.



**Figura 23 Total de personal ocupado en los diferentes sectores económicos**

**Fuente: INEC**

Como podemos observar en la siguiente grafica el cantón Latacunga cuenta con 7 asociaciones textiles registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) cada una de estas asociaciones cuentan con un número determinado de socios que poseen sus establecimientos textiles distribuidos en las diferentes parroquias del cantón haciendo un total de 104 establecimientos textiles registrados oficialmente.



**Figura 24. Asociaciones textiles del cantón Latacunga**

#### **4.2.2. Análisis de cumplimiento en las asociaciones textiles del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi.**

Este análisis lo realizaremos mediante las encuestas que fueron ejecutadas a los socios de las asociaciones textiles que existen en el cantón Latacunga, el mismo que tuvo como objetivo conocer si dichas asociaciones tenían conocimiento sobre la responsabilidad social asociativa y si la practicaban, además se consideró también la otra variable de estudio que hace referencia a que si conocían algo acerca del balance social.

Se tomó en cuenta la pregunta 1 que hace referencia a que si los socios conocían o no de lo que se trata la responsabilidad social asociativa., los resultados que arrojó la encuesta

fueron los siguientes 48,8% de los socios encuestados dijeron si conocer sobre la RSA, mientras que la otra mitad dijeron que no conocían sobre el tema lo cual nos indica que existe una deficiencia sobre el tema de responsabilidad social asociativa dentro de las asociaciones ya que solo la mitad de los socios la conocen

Otras de las preguntas que se tomó en cuenta fue la 7 la que hace referencia al balance social, el 74,4% de los socios no estaban al tanto de lo que es un balance social, siendo esta cifra ya una mayoría.

Sin embargo, lo que se pudo evidenciar es que el socio tiene una predisposición de aplicar el principio de solidaridad ya que un 61% de los encuestados respondieron a la pregunta 2 que hace referencia a los beneficios de pertenecer a una asociación es el compartir conocimiento y experiencias de trabajo con cada uno de los socios ya que ellos consideran que conocer las experiencias de los demás les permitirá crecer en su negocio.

### **4.3. Informe del diagnóstico.**

#### **Informe de diagnóstico de las asociaciones textiles del cantón Latacunga**

##### **Introducción**

La industria textil son una de los principales ingresos económicos en el cantón Latacunga ya que después del sector comercio y agrícola esta es la tercera más rentable, siendo a su vez la segunda en generar más fuentes de empleo directo e indirecto, sin embargo, este y todos los sectores se ven afectados por la crisis que atraviesa el país y el mundo.

##### **Objetivos:**

- Identificar los puntos críticos de las asociaciones textiles.
- Dar a conocer el por qué un buen porcentaje de los socios no consideran que sea necesario asociarse.

### **Puntos críticos de las asociaciones textiles**

Mediante los resultados arrojados por la encuesta realizada a los socios de las asociaciones se pudo evidenciar que los puntos críticos de estas son:

- Falta de conocimiento sobre la responsabilidad solidaria, al menos la mitad de los socios desconoce sobre que se trata la RSA.
- Los empleadores solo consideran importante la remuneración económica para sus trabajadores, dejando a un lado el ambiente laboral y familiar, la salud del mismo.
- Apenas un 23% de los socios consideran que brindar a la sociedad un medio ambiente saludable es importante.
- La mayor parte de los socios desconocen lo que es un balance social.

### **Importancia de pertenecer a una asociación**

Después de realizar las encuestas a cada uno de los socios pertenecientes a las diferentes asociaciones textiles se pudo evidenciar que una parte de ellos no consideran necesario pertenecer a una asociación específicamente un 20% ya que manifiestan que es mejor trabajar solos y no en conjunto por que siempre existen discrepancias y que ellos están en proceso de desasociarse.

### **Análisis**

Los resultados que arrojo las encuestas dieron a conocer que en las asociaciones textiles del cantón Latacunga no existe tanto conocimiento sobre lo responsabilidad solidaria asociativa y sobre cómo se lo practica, así como también sobre que es un balance social ya que la gran mayoría desconoce este término.

Además, se pudo evidencia que la mayoría de socios deja de un lado al factor medio ambiental ya que muy pocos hacen referencia a que mantenerlo saludable es un beneficio para la sociedad, sin embargo, también los empleadores olvidan factores emocionales de sus trabajadores como el estar en un buen ambiente laboral y familiar estar con buena salud entre otros.

#### 4.4. Comprobación de hipótesis.

La comprobación de la hipótesis busca encontrar un sustento estadístico para su respectivo rechazo o no rechazo de la hipótesis nula, tomándose en cuenta que la hipótesis nula es aquella que menciona que no existe relación entre las variables de estudio.

#### Planteamiento de la Hipótesis

**Tabla 21.**  
**VARIABLES DE ESTUDIO**

VARIABLES DE ESTUDIO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad Solidaria Asociativa</li> <li>• Balance Social</li> </ul>

**H<sub>0</sub>** La responsabilidad solidaria asociativa no incide en el balance social de las compañías y asociaciones textiles.

**H<sub>1</sub>** La responsabilidad solidaria asociativa incide en el balance social de las compañías y asociaciones textiles.

#### Estadístico de Prueba

Preguntas de la encuesta relacionadas con cada una de las variables.

1. ¿Conoce usted sobre la Responsabilidad Solidaria Asociativa?
2. ¿Conoce usted sobre el Balance Social?

#### Regla de decisión

##### 1. Grados de libertad

$$(F - 1) (C - 1)$$

$$(2 - 1) (2 - 1)$$

$$(1) (1) = 1$$

**Grados de libertad = 1**

**Calculo de Chi cuadrado**



**Tabla 22.**  
**Cruzada de Variables**

			Conocimiento usted sobre el Balance Social		
			Si	No	Total
Conocimiento sobre la Responsabilidad Solidaria Asociativa	Si	Recuento	18	22	40
		Recuento Esperado	10.2	29.8	40.0
	No	Recuento	3	39	42
		Recuento Esperado	10.8	31.2	42.0
Total		Recuento	21	61	82
		Recuento Esperado	21.0	61.0	82.0

$$e1 = \frac{40 * 21}{82} = 10,2439024 \quad e3 = \frac{42 * 21}{82} = 10,560976$$

$$e2 = \frac{40 * 61}{82} = 29,7560976 \quad e4 = \frac{42 * 61}{82} = 31,2439024$$

**Tabla 23.**  
**Cálculo manual del chi- cuadrado**

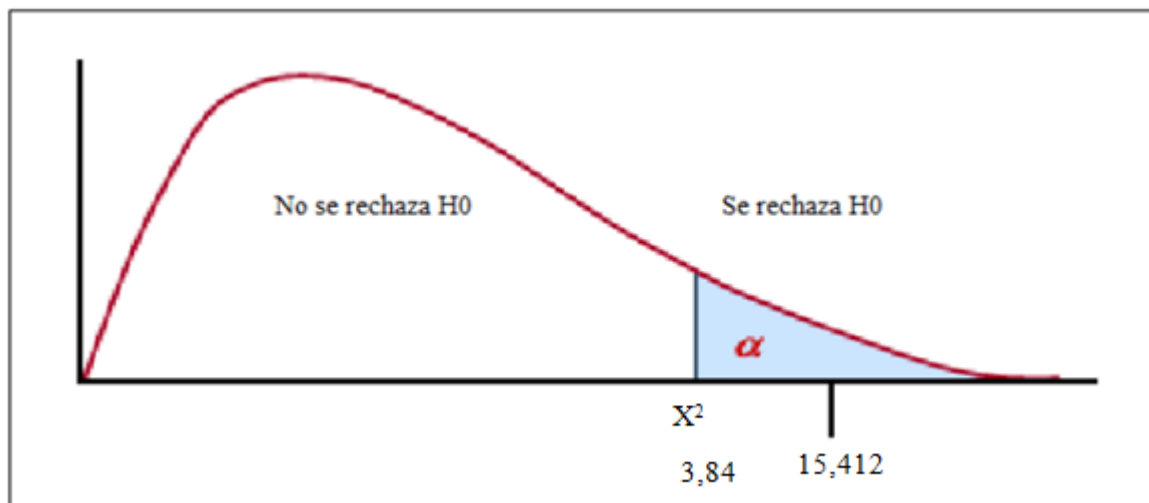
	O	E	(O-E)	(O-E)^2	(O-E)^2/E
RSA SI, BS SI	18	10,2439024	7,75609756	60,1570494	5,87247387
RSA SI, BS NO	22	29,7560976	-7,75609756	60,1570494	2,02167133
RSA NO, BS SI	3	10,7560976	-7,75609756	60,1570494	5,59283225
RSA NO, BS NO	39	31,2439024	7,75609756	60,1570494	1,92540127
					15,4123787

**Tabla 24.**  
**Prueba del Chi – Cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta. exacta. (bilateral)	Significación exacta. (unilateral)
Chi - cuadrado de Pearson	15.412 <sup>a</sup>	1	.000		
Corrección de continuidad	13.489	1	.000		
Razón de verosimilitud	16.640	1	.000		
Prueba exacta de Fisher				.000	.000
Asociación lineal por línea	15.224	1	.000		
N de casos válidos	82				

a. 0 casillas (,0%) han esperado un recuento menor a 5. El mínimo recuento esperado es 10,24.  
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

### Decisión



**Figura 25. Chi cuadrado**

## **Análisis**

El Chi – cuadrado de Pearson calculado a través del software informático SPSS nos arroja un valor de 15,412. Considerando 1 grado de libertad y una significancia de 0,05, el valor chi – cuadrado crítico el cual es igual 3,8415 (véase Anexo 2). Al ser 15,412 mayor a 3,8415 se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, se opta por la hipótesis alternativa “H<sub>1</sub>”.

**H<sub>1</sub>** La responsabilidad solidaria asociativa incide en el balance social de las compañías y asociaciones textiles.

### **4.5. Informe Final de investigación.**

#### **Informe final de investigación de las asociaciones textiles en el cantón Latacunga.**

##### **Antecedentes.**

La industria textil tiene orígenes muy antiguos en el país ya que la gente empezó esta producción con algodón, lana de diferentes animales y maquinaria elaborada por ellos mismos es decir utilizando como materia prima los recursos naturales que los rodeaban, con el paso del tiempo la producción de vestidos se fue modernizando se han adquirido maquinarias materias primas procesadas que ayudan a que esta industria crezca. Actualmente en el Ecuador la industria manufacturera es la segunda en aportar mayor economía al país siendo la principal dentro de esta el sector textil que a su vez se ha convertido en una de las principales fuentes generadoras de empleo directa e indirectamente.

##### **Objetivos:**

- Dar a conocer como se encuentra las asociaciones textiles en Latacunga
- Determinar por qué la asociación no tiene conocimiento de la responsabilidad solidaria asociativa.
- Verificar si las asociaciones aplican balance social.

**Resultados**

- Los establecimientos textiles si tienen mercado y clientela dentro del cantón Latacunga se ven un poco afectadas por la crisis que atraviesa el país, pero se mantienen estables dentro del mercado.
- Una parte de los socios no consideraban que se sea beneficioso asociarse, preferían trabajar solos.
- Los miembros de la asociación desconocen sobre que es un balance social, como se lo elabora y como se aplica.
- La mitad de los miembros de las asociaciones no saben cómo funciona la responsabilidad solidaria asociativa y como se la práctica dentro de las asociaciones.

**Recomendaciones:**

- La superintendencia de Economía Popular y Solidaria debería realizar capacitaciones a las asociaciones existentes en el cantón sobre que es responsabilidad solidaria asociativa y sobre la importancia de su práctica, si mismo sobre la elaboración de un balance social.
- Se debería obligar la elaboración de un Balance Social para las asociaciones existentes.
- Los empleadores tomen en cuenta otros aspectos aparte de la remuneración salarial con el fin de buscar el bienestar de sus trabajadores.
- La superintendencia de Economía Popular y Solidaria debería impulsar la realización de auditorías ambientales a las asociaciones.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. Desarrollo de la propuesta**

La propuesta es un producto o proyecto que se oferta para facilitar la ejecución de alguna actividad, también puede permitir la evaluación de otras herramientas o actividades, es decir saber si son satisfactorias o no este producto es un simulador de balance social.

En el actual proyecto la propuesta está enfocada a desarrollar una herramienta de evaluación para el balance social y a su vez la responsabilidad social asociativa mediante indicadores cuantitativos y cualitativos, facilitando la comprensión por parte del usuario.

##### **5.1.1. Título**

La propuesta es un “Simulador de un modelo de balance social para las asociaciones textiles”.

##### **5.1.2. Beneficiarios**

Los beneficiarios son las asociaciones textiles.

##### **5.1.3. Objetivos**

###### **A. Objetivo general**

Elaborar un modelo simulador de un modelo de balance social mediante los indicadores propuestos por la superintendencia de Economía Popular y Solidaria para mediar el cumplimiento de responsabilidad solidaria asociativa de las asociaciones textiles del Cantón Latacunga.

###### **B. Objetivos específicos**

- Identificar aspectos inherentes al sector textil relacionados con el desarrollo del balance social

- Generar indicadores y estándares de aceptación de los mismo que permitan la medición e identificación de los niveles de responsabilidad solidaria asociativa
- Desarrolla un modelo de balance social automatizado
- Ejecución de un ejemplo aplicativo.

#### **5.1.4. Justificación**

La herramienta de evaluación está desarrollada bajo los diferentes criterios establecidos por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, además de una amplia compilación bibliográfica que ha sido sintetizada para el fácil entendimiento del respectivo usuario.

El propósito de este simulador es facilitar a las diferentes asociaciones textiles la evaluación de sus balances sociales y a su vez la evaluación de la responsabilidad solidaria asociativa con la finalidad de que observen sus respectivas fortalezas y falencias con el afán de corregirlas o mejorarlas.

Además, esta herramienta es una guía sobre la cual pueden basarse las diferentes entidades de control para realizar sus respectivos monitoreos con respecto a la responsabilidad solidaria a asociativa en las asociaciones textiles

#### **5.1.5. Metodología**

Para la elaboración del modelo para el sector asociativo textil se ha tomado en cuenta el modelo propuesto por la SEPS para el sector Financiero adaptado a las características propias del sector textil.

Para el desarrollo de modelo se ha desarrollado 44 indicadores los cuáles perteneces a 18 dimensiones agrupadas en 7 macrodimensiones para lo cual se dio una calificación ponderada para cada indicador.

Los indicadores desarrollados están sujetas a las leyes y normas ecuatorianas vigentes hasta diciembre del 2017.

### 5.1.6. Definición de criterios

La herramienta de evaluación será un simulador en el cual el usuario puede ir ingresando los datos y a su vez el sistema arrojará indicadores cualitativos y cuantitativos evaluando el nivel de responsabilidad social asociativa que posee el usuario y a su vez el balance social.

El simulador arrojará gráficas que pueden ser utilizadas por el usuario para sus informes de responsabilidad social y balance social.

El simulador se basa en las 7 macrodimensiones proporcionadas por la SEPS (superintendencia de economía popular y solidaria) estas 7 macrodimensiones incluyen 24 microdimensiones que a su vez estas están compuestas por alrededor de 150 indicadores los cuales utilizaremos los más acordes a las asociaciones textiles del cantón Latacunga.

Los indicadores cualitativos serán medidos con las siguientes ponderaciones:

- **Satisfactorio:** Este hace referencia a que la asociación cumple con el 100% de los indicadores propuestos esto equivale a 1
- **Cuasi satisfactorio:** esto nos indica a que la asociación está cumpliendo con la mayor parte de indicadores establecidos dando una ponderación del 70% equivalente al 0,7 de la calificación.
- **Poco satisfactorio:** La siguiente calificación establece que la asociación cumple con menos de la mitad de los indicadores establecidos en el balance social, obteniendo una ponderación de 0,35 o 35% de la valoración.
- **Deficiente:** esta calificación señala que la asociación no cumple con los indicadores de medición de la RSA, la valoración equivalente es 0.

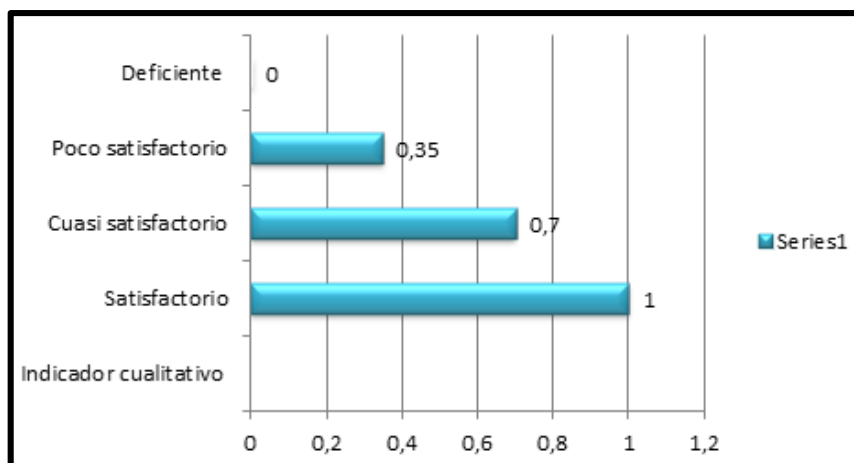


Figura 26. Valoraciones para los indicadores cualitativos

### 5.1.7. Establecimiento de indicadores

Para la elaboración del Balance Social se ha tenido en cuenta 18 de las 24 dimensiones existentes las cuales se resume a continuación.

Tabla 25.  
Macrodimensiones y dimensiones

MACRODIMENSIONES	DIMENSIONES
<b>8. Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prelación del Trabajo sobre el capital.</li> <li>• Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales.</li> <li>• Ocio Liberador.</li> </ul>
<b>9. Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad asociativa y cooperativa.</li> <li>• Retiro de asociados.</li> <li>• Conocimiento cooperativo del sistema económico social y solidario.</li> </ul>
<b>10. Autogestión y Autonomía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control democrático por los socios.</li> <li>• Transparencia informativa.</li> <li>• Acuerdos con otras organizaciones (no EPS).</li> <li>• Relación con el Estado.</li> </ul>
<b>11. Participación económica solidaria, y distribución equitativa de utilidades o excedentes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concentración de aportes sociales.</li> <li>• Valor Agregado Cooperativo.</li> </ul>
<b>12. Educación, capacitación y comunicación.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incidencias de acciones educativas</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Investigación en educación</li> </ul>
<b>13. Cooperación e integración de Sector Económico Popular y Solidario.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intercooperación (solidaridad con entidades del sector de la EPS).</li> </ul>

CONTINÚA →



**14. Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental.**

- Integración Sectorial.
- Compromiso social, solidario comunitario y ambiental

Los indicadores establecidos tienen el objetivo de medir el cumplimiento de responsabilidad solidaria asociativa de las asociaciones textiles del cantón Latacunga los cuales detallamos a continuación.

**A. Macrodimensión 1: Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales.**

La presente macrodimensión hace referencia al bienestar general de los empleados.

**A.1. Dimensión: Prelación del trabajo sobre el capital**

Esta dimensión está enfocada a que el trabajador sienta comodidad y seguridad en su trabajo.

**A.1.1. Indicador cualitativo: Promoción de nuevos trabajadores por año**

Esta obtendrá una calificación de acuerdo a la rigurosidad de los procesos para reclutar y promover el personal, tomando en cuenta factores de equidad de género e igualdad de oportunidades.

**A.1.2. Indicador cuantitativo: Porcentaje de trabajadores despedidos**

Fórmula:

$$PTD = \frac{TD}{TT} \times 100$$

Dónde

PTD: porcentaje de trabajadores despedidos en el año

TD: Trabajadores despedidos durante el año

TT: Total de trabajadores que laboraron en la organización durante el año



**Figura 27. Trabajadores despedidos**

Este indicador considera como óptimo obtener un 0% de trabajadores despedidos con la calificación de 1 y a partir de 20% de trabajadores obtiene una calificación de 0, para lo cual se desarrolla una curva de utilidad lineal con los valores establecidos en este ítem.

### **A.1.3. Indicador cuantitativo: Horas hombre**

Fórmula:

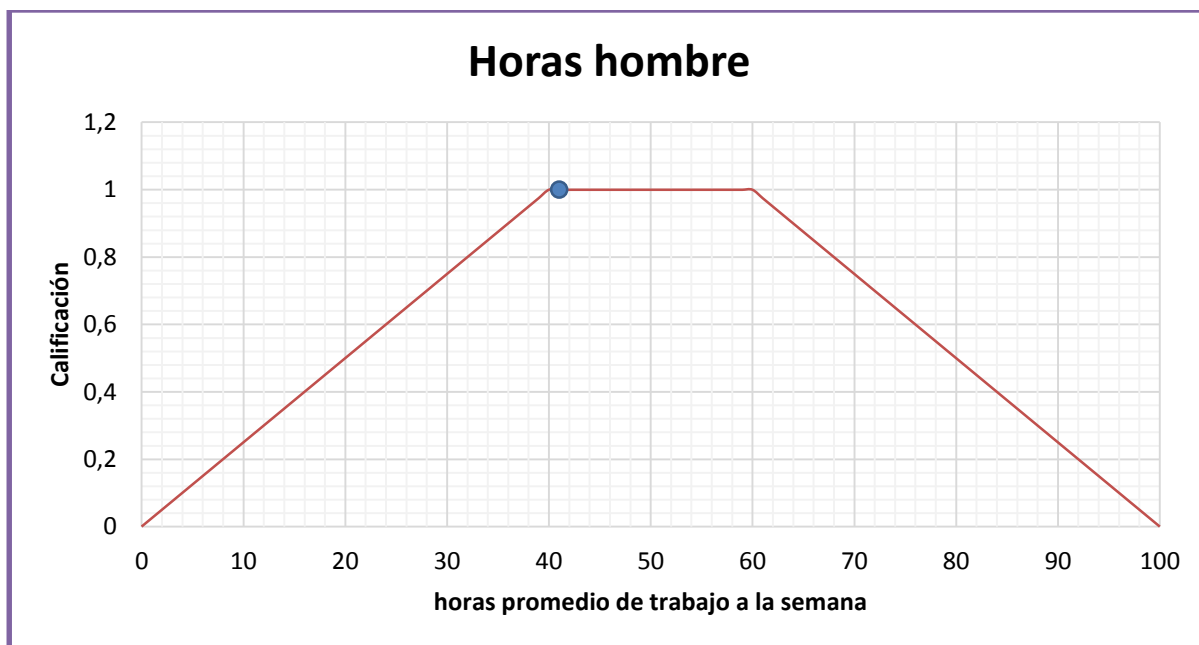
$$RHH = \frac{NHL}{TT}$$

Dónde

RHH: Relación horas hombre de la semana de la empresa y las horas que deberían laborar

NHL: Número de horas que laboraran los trabajadores a la semana

TT: Total de trabajadores que laboraran en la organización durante la semana



**Figura 28. Horas hombre**

El indicador horas hombre tiene el objetivo de establecer como nivel óptimo de 40 a 60 horas de trabajo a la semana por trabajador con la finalidad de evidenciar valores menores de 40 en los cuales se observa subempleo, y también se penaliza con la reducción de la calificación si los empleados trabajan más de las 60 horas a la semana con la finalidad de evitar la explotación laboral, la curva de utilidad de este indicador es lineal, señalando un crecimiento entre las 0 y 40 horas y un declive entre las 60 y 100 horas.

#### **A.1.4. Indicador cuantitativo: Remuneración digna**

Fórmula:

$$RD = \frac{SSM}{TT}$$

Dónde

RD: Remuneración digna

SSM: Total de sueldos y salarios de la empresa pagados mensualmente

TT: Total de trabajadores que laboraran en la organización mensualmente



**Figura 29. Remuneración digna**

El indicador considera como óptimo un gasto promedio en sueldos y salarios por trabajador superior a los 500 dólares con la calificación de 1 y penalizar con una calificación de 0 si la empresa tiene un gasto de 375 dólares mensuales o inferior a este, los valores comprendidos entre este serán calificados proporcionalmente entre 0 y 1 y su grafica será a través de una curva de utilidad lineal.

#### **A.1.5. Indicador cualitativo: Armonía laboral y familiar**

Este estándar recibirá una calificación cualitativa mediante el desarrollo de programas y planes familiares, es decir que la familia del trabajador este incluida dentro de los intereses de la empresa, motivando a que esta se preocupe por el bienestar familiar.

#### **A.2. Dimensión 2.- prelación del interés colectivo sobre los individuales**

Esta dimensión busca que todos sean beneficiados por igual.

##### **A.2.1. Indicador cualitativo: Clima laboral**

El actual ítem observara la relación existente entre trabajadores y el empeño de los administradores para desarrollar programas documentados de integración y compañerismo entre trabajadores.

### **A.2.2. Indicador cualitativo: Programas de salud y bienestar social**

El ítem busca se califica cualitativamente en base a las posibilidades de acceso a atención médica de calidad para el trabajador, así como también el cumplimiento de los respectivos seguros sociales establecidos en la ley, además se considerará si los mismos poseen algún seguro adicional.

### **A.2.3. Indicador cualitativo. Programas de educación para la familia**

Se busca calificar este ítem mediante la existencia de becas de estudio para los familiares de los trabajadores, así mismo la existencia de programas de capacitación para los mismos.

### **A.2.4. Indicador: cualitativo: Servicio de comida para los trabajadores**

Se evalúa el acceso de los trabajadores a una alimentación adecuada tomando en cuenta factores como lugar, higiene y aporte nutritivo.

### **A.2.5. Indicador cuantitativo: Trabajo comunitario**

Fórmula:

$$TC = \frac{NHTC}{TT}$$

Dónde

TC: Horas de trabajo comunitario promedio realizado por la empresa semanal.

NHTC: Número de horas de trabajo comunitario realizado por la empresa a la semana.

TT: Total de trabajadores que laboran en la organización



**Figura 30. Trabajo comunitario**

El actual indicador observa las horas a la semana que la organización dedica a labores comunitarias considerándose como óptimo de 3 a 5 hora a la semana teniendo una valoración de 1, la gráfica de utilidad es de función lineal ponderando crecientemente entre 0 y 3 horas de trabajo comunitario semanal con calificaciones entre 0 y 1 punto respectivamente, además también calificara decrecientemente entre las 5 y 8 horas de trabajo comunitario semanal con calificaciones entre 1 y 0, a partir de las 8 horas la calificación será de 0 considerando que esta se está desviando de sus actividades normales.

### **A.3. Dimensión 3. Ocio liberador**

La siguiente dimensión tiene el objetivo de medir las horas de recreación que la organización proporciona a sus trabajadores.

### A.3.1. Indicador cuantitativo. Recreación y esparcimiento

Fórmula:

$$RE = \frac{HRE}{TT}$$

Dónde

RE: porcentaje de horas de recreación y esparcimiento

HRE: Total de horas de recreación y esparcimiento que otorga la empresa al trabajador a la semana.

TT: Total de trabajadores que laboran en la organización



**Figura 31. Recreación y esparcimiento**

El indicador señala como óptimo un total entre 2 y 4 horas de recreación y esparcimiento por cada trabajador en la semana la función de la gráfica de utilidad es lineal considerando un crecimiento entre la 0 y 2 hora con calificación entre 0 y 1 respectivamente, la calificación de 1 se considerará para la zona óptima, es decir entre 2 y 4 horas si se excede de las 4 horas semanales la calificación recae en 0.

## **B. Macrodimensión: Asociación voluntaria equitativa y respeto a la identidad cultural**

La macrodimensión hace referencia a la mentalidad de la organización en sus procesos de ingresos de nuevos socios buscando un trato equitativo y voluntario.

### **B.1. Dimensión 1: Accesibilidad asociativa y cooperativa.**

Su objetivo es observar si la asociación presenta el debido proceso de ingreso.

#### **B.1.1. Proceso de ingreso de nuevos socios**

Este indicador se basa en los registros documentados existentes en la organización para la aceptación de nuevos socios, en los cuáles se debe evidenciar la voluntariedad del nuevo integrante.

#### **B.1.2. Indicador cualitativo: Políticas que establecen los procesos no discriminatorios**

Se debe evidenciar que en el ingreso de nuevos socios la organización muestre indiferencia a la identidad cultural del nuevo postulante.

### **B.2. Dimensión 2 Retiro de asociados**

#### **B.2.1. Indicador cualitativo: Registro de retiro de asociados**

Busca que se cumpla con lo establecido en la ley de Economía Popular y Solidaria art 30 en la cual se considera que se pierde la calidad de socio bajo los siguientes motivos.

- Retiro voluntario
- Exclusión justificada
- Fallecimiento
- Pérdida de la personalidad jurídica (cierre de la organización)

### **B.3. Dimensión 3: Conocimiento cooperativo del sistema económico social y solidario**

Esta dimensión se enfoca a que la organización y los socios de esta entiendan y promuevan el funcionamiento de la Economía Popular y Solidaria.



### **B.3.1. Indicador cualitativo: Conocimiento de las leyes y normativas**

Se observa la existencia de programas de capacitación en conjunto con la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria SEPS entorno al conocimiento cooperativo y del sistema económico social y solidario.

## **C. Macrodimensión: Autogestión y autonomía**

Esta macrodimensión está relacionada con la capacidad administrativa y económica de cada organización para la obtención de sus objetivos.

### **C.1. Dimensión 1 Control democrático para socios ya asociados**

Esta dimensión hace referencia a que todos los integrantes de la asociación sean tomados en cuenta, igualmente se busca la participación de todos en el interior de la misma.

#### **C.1.1. Indicador cuantitativo: Asambleas asistidas**

Fórmula:

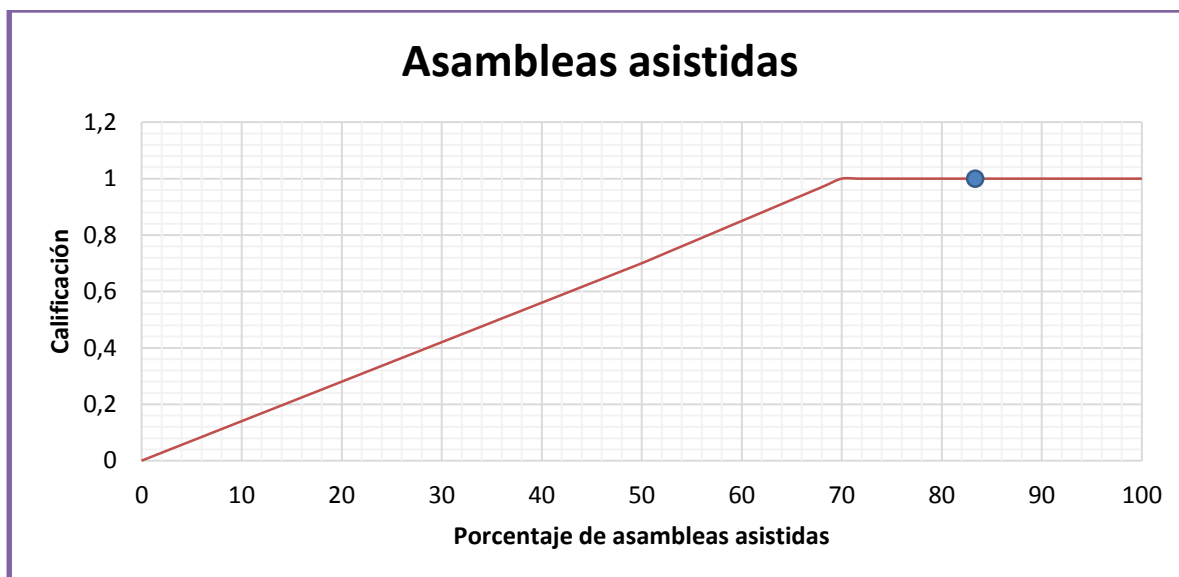
$$PAS = \frac{NSA}{TSC}$$

Dónde

PAS: porcentaje de asistencia de los socios a las asambleas convocadas.

NSA: Número de socios asistentes promedio a cada asamblea.

TSC: Total de socios promedios convocados a cada asamblea.



**Figura 32. Asambleas asistidas**

El objetivo de este indicador es medir porcentualmente la asistencia de los socios a las asambleas convocadas, la función de la curva de utilidad es lineal creciente entre 0 y 70% de asistencia con valoraciones de 0 a 1, se considera como zona óptima a porcentajes igual o mayores al 70% de asistencia.

## **C.2. Dimensión 2 Transparencia informativa**

Está relacionado con la claridad en la comunicación entre socios en temas de interés común.

### **C.2.1. Indicador cualitativo: Transparencia informativa**

Los temas tratados en cada una de las asambleas deben ser claros y el lenguaje utilizado debe ser lo más universal posible a fin de evitar ambigüedades y desentendimientos.

### **C.2.2. Indicador cualitativo: Medios para comunicar la información**

El objetivo de este indicador es revisar la evidencia documentada de los medios utilizados (radio, prensa, tv, carta, correo electrónico) para comunicar datos relevantes de la organización a los socios.

### C.3. Dimensión 3 Acuerdos con otras organizaciones externas con la EPS y SFPS (sistema financiero popular y solidario)

Se busca analizar el nivel de integración de la organización con otras entidades no pertenecientes a la Economía Popular y Solidaria

#### C.3.1. Indicador cuantitativo: Acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS y SFPS

Fórmula:

$$PAO = \frac{AO}{TA}$$

Dónde

PAO: porcentaje de acuerdos realizados con otras organizaciones no pertenecientes a la EPS y SFPS

AO: Acuerdos con otras organizaciones no pertenecientes a la EPS y SFPS

TA: Total de acuerdos realizados



**Figura 33. Acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS y SFPS**

Este indicador pretende reflejar la integración de la organización con otras entidades no pertenecientes a la Economía popular Y solidaria y al Sector Financiero Popular y Solidario, a través de acuerdos y convenios con las mismas, considerándose como porcentajes óptimos entre el 10% y el 40% del total de acuerdos realizados por la organización. La función de la curva de utilidad es lineal con un crecimiento entre 0 y el 10% con calificaciones de 0 a 1 respectivamente; una calificación de 1 en su zona optima es decir del 10 al 40% y posteriormente con ponderaciones decrecientes a porcentajes mayores al 40% con calificaciones de 1 hasta 0.

#### **C.4. Dimensión 4 Relación con el Estado**

Refleja la relación de la organización con el Estado.

##### **C.4.1. Indicador cualitativo: Impuestos totales pagados**

Este indicador ve si la organización está cumpliendo con sus obligaciones fiscales es decir el pago de impuestos establecidos por el Estado.

##### **C.4.2. Indicador cualitativo: Aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS**

Este indicador ve si la organización está cumpliendo con sus obligaciones laborales, es decir que cumple con la afiliación de sus empleados al IESS y con el pago de los aportes correspondientes.

##### **C.4.3. Indicador cualitativo: Sanciones y multas**

Este indicador observa se ha visto involucrada en contravenciones y si esta afrontado las mismas.

#### **D. Macrodimensión: Participación económico social y distribución equitativa de excedentes**

La siguiente Macrodimensión busca una distribución justa, que todos los miembros de la organización participen equitativamente y así mismo ganen equitativamente

### D.1. Dimensión 1 Concentración de aportes sociales

Está relacionado en como participan en el capital social cada uno de los integrantes de la organización.

#### D.1.1. Indicador cuantitativo: Aportes de socios

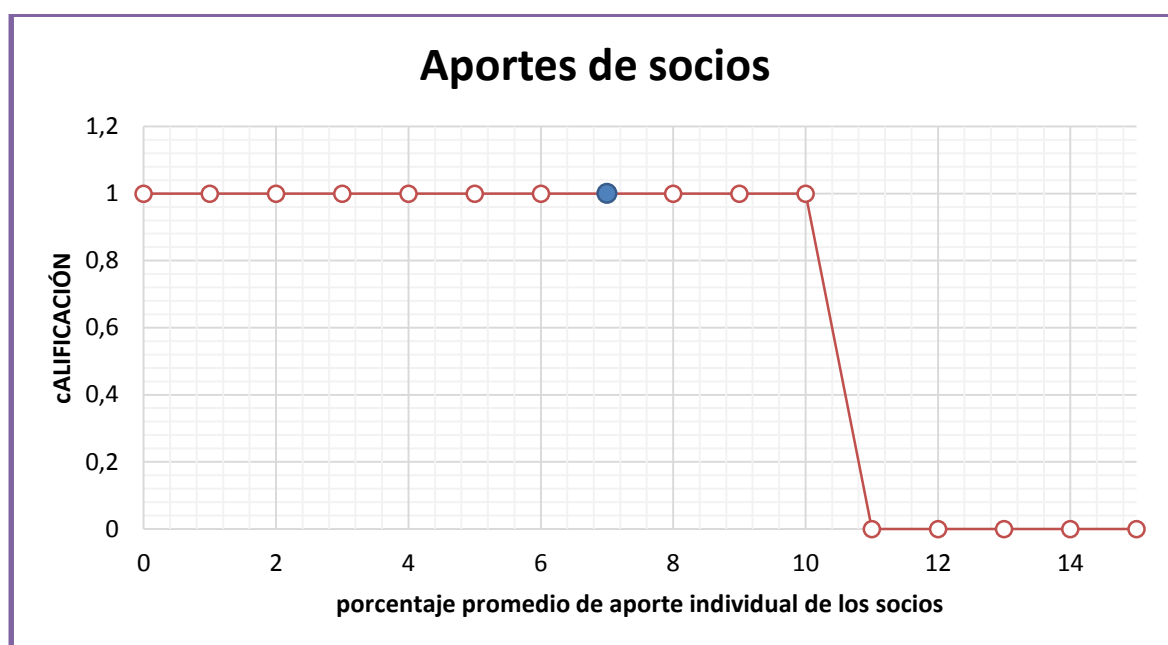
Fórmula:

$$PAS = \frac{100}{ATS}$$

Dónde

PAS: porcentaje de aporte por socio

NS: Numero de socio



**Figura 34. Aporte de socios**

Este indicador busca observar como participan los socios en el capital social, en el cual se considera que no pueden aportar más del 10% por cada socio. La función de la gráfica es lineal en el cual se considera como nivel óptimo porcentajes mayores al 0%

hasta el 10% obteniendo una valoración y de 1, si el valor sobrepasa el 10% tendrá una calificación de 0.

## **D.2. Dimensión 2 Valor agregado cooperativo**

La dimensión busca observar cómo se administra y distribuye los excedentes obtenidos a través de la organización a los involucrados con la misma.

### **D.2.1. Indicador cuantitativo: Valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores**

Fórmula:

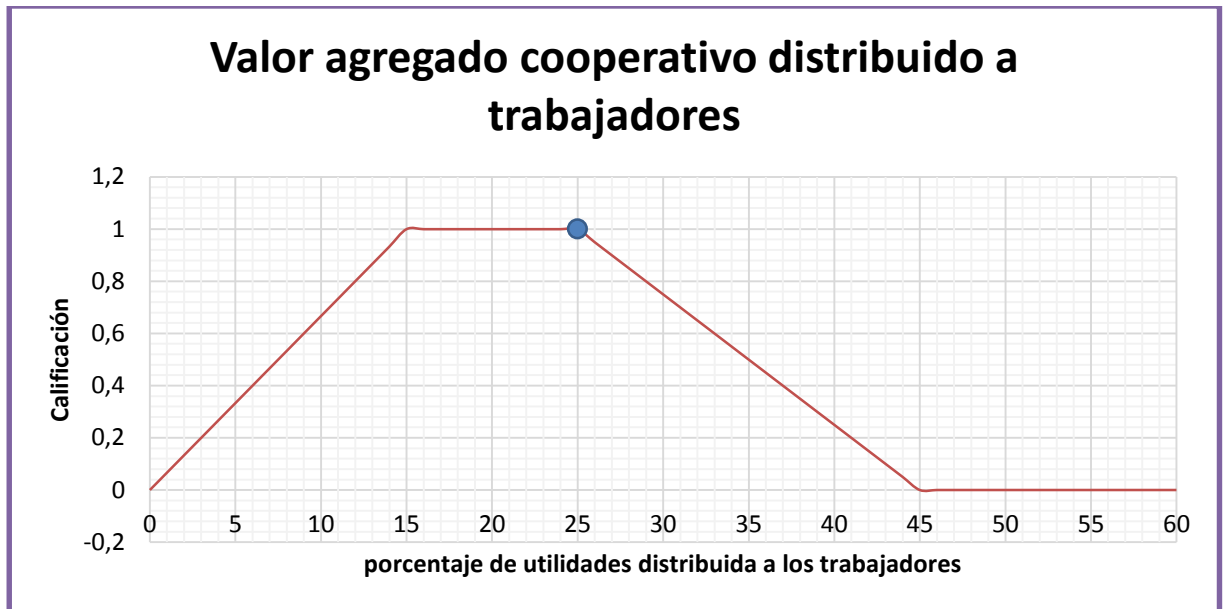
$$PVADT = \frac{UDT}{DU}$$

Dónde

VADT: porcentaje de valor agregado distribuido a los trabajadores

UDT: Utilidades distribuidas a los trabajadores

DU: Distribución de utilidades



**Figura 35. Valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores**

El indicador trata de evidenciar el porcentaje de los excedentes generados por la organización que se proporciona directamente a los trabajadores de la misma se debe mencionar que por ley la base es el 15% por lo tanto la zona óptima se considerara entre un 15% a 25% valorándose con una calificación de 1 la función de la curva de utilidad es lineal considerando un declive a partir de 25% al 45%

#### **D.2.2. Indicador cuantitativo: Valor agregado cooperativo distribuido a socios**

Fórmula:

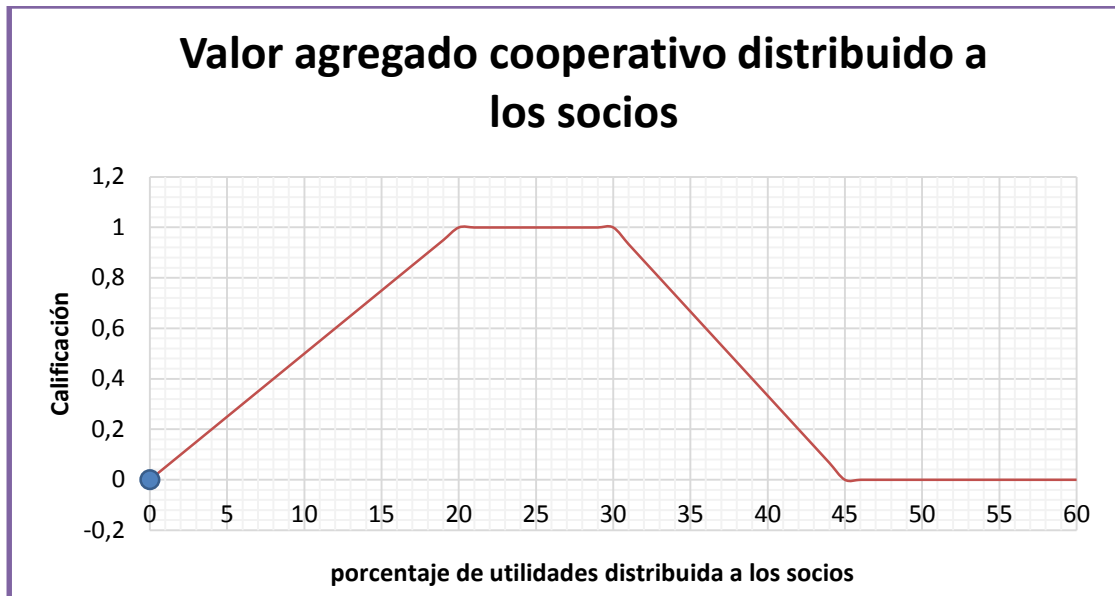
$$PVADS = \frac{UDS}{DU}$$

Dónde

PVADS: porcentaje de valor agregado distribuido a los socios

UDS: Utilidades distribuidas a los socios

DU: Distribución de utilidades



**Figura 36. Valor agregado cooperativo distribuido a los socios**

El indicador trata de evidenciar el porcentaje de los excedentes generados por la organización que se proporciona directamente a los socios siendo el punto óptimo entre el 20 y 30% teniendo una calificación de 1. La curva de utilidad es lineal mostrando un crecimiento a partir del 0 al 20% y un decrecimiento a partir del 30 al 45%.

### **D.2.3. Indicador cuantitativo: Valor agregado cooperativo distribuido a la comunidad**

Fórmula:

$$PVADC = \frac{UDC}{DU}$$

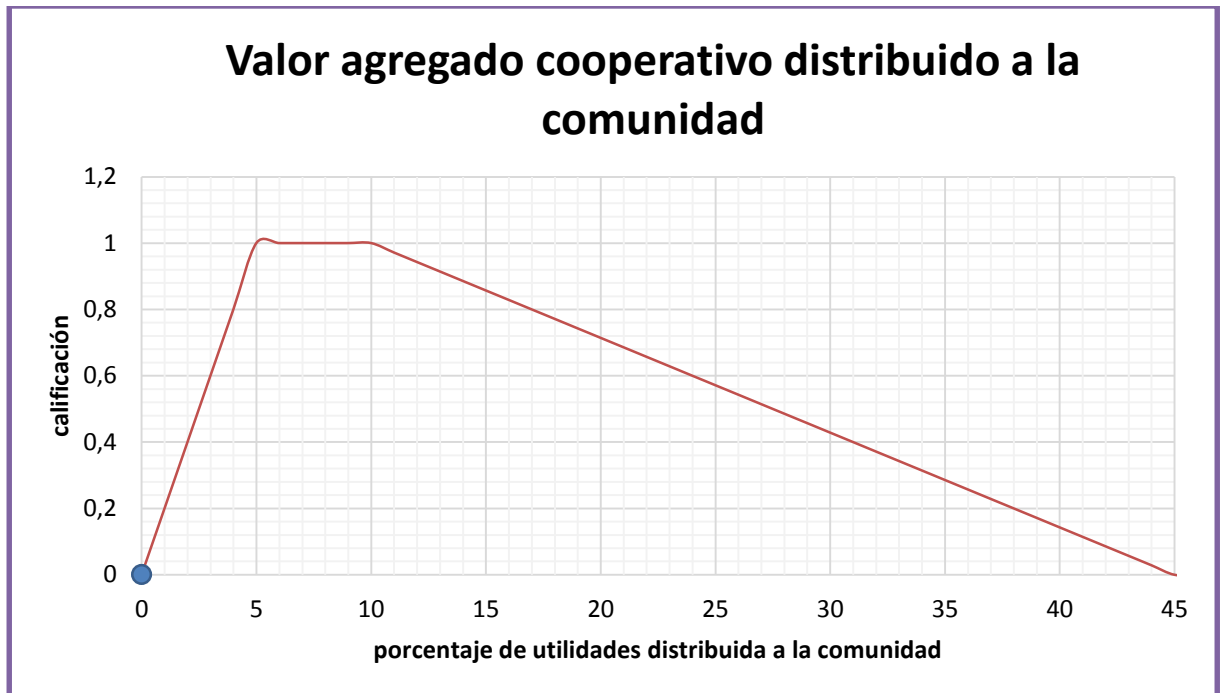
Dónde

PVADC: porcentaje de valor agregado distribuido a la comunidad

UDC: Utilidades distribuidas a la comunidad

DU: Distribución de utilidades





**Figura 37. Valor agregado cooperativo distribuido a la comunidad**

El indicador trata de evidenciar el porcentaje de los excedentes generados por la organización que se proporciona directamente a la comunidad siendo el punto óptimo entre el 5y 10% teniendo una calificación de 1. La curva de utilidad es lineal mostrando un crecimiento a partir del 0 al 5% y un decrecimiento a partir del 10 al 45%.

#### **D.2.4. Indicador cuantitativo: Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común**

Fórmula:

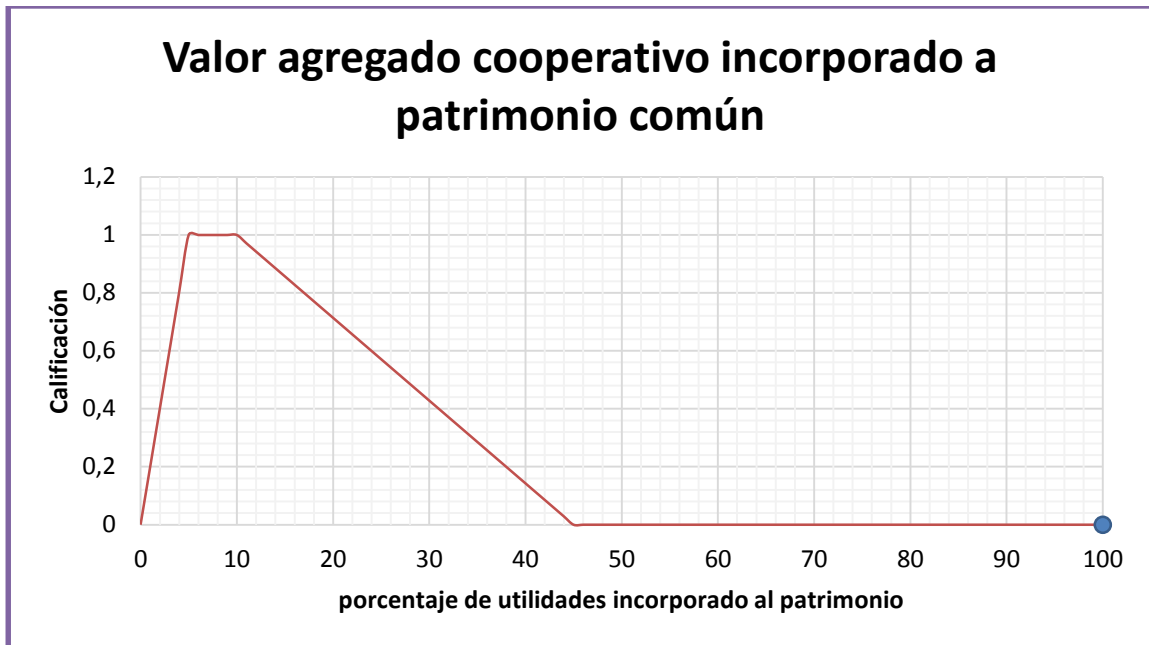
$$PVADP = \frac{UDPC}{UD}$$

Dónde

PVADP: porcentaje de valor agregado cooperativo destinado a patrimonio común

UDPC: Utilidades distribuidas para patrimonio común

UD: Utilidades distribuidas



**Figura 38. Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común**

Este indicador busca reflejar porcentajes adicionales que se utiliza como reserva para el incremento de patrimonio común de la organización siendo la zona óptima del 5% al 10% de las utilidades distribuidas teniendo una valoración de 1. La función de la curva de utilidad es lineal teniendo un crecimiento entre 0 al 5% y un decrecimiento del 10% al 45%

### **E. Macrodimensión: Educación capacitación y comunicación**

Esta macrodimensión busca evidenciar la existencia de diferentes programas de capacitación y educación que proporcione o gestione la organización tanto para la colectividad como para la organización.

#### **E.1. Dimensión 1: inversión en educación**

Esta dimensión mide la inversión que ejecuta la asociación con el fin de formar a sus trabajadores.

### E.1.1. Indicador cuantitativo: Empleados capacitados

Fórmula:

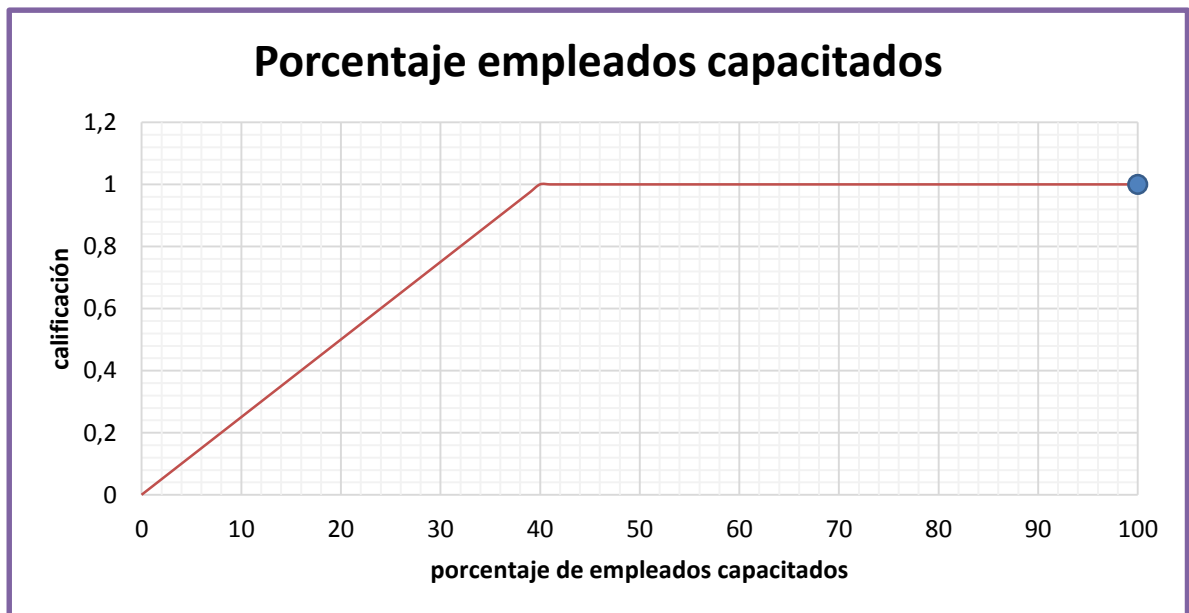
$$PTC = \frac{NTC}{TT}$$

Dónde

PTC: porcentaje de trabajadores capacitados

NTC: Número de trabajadores capacitados

TT: total de trabajadores



**Figura 39. Porcentaje de empleados capacitados**

Este indicador considera el porcentaje de trabajadores que han sido capacitados, estableciendo como nivel óptimo un porcentaje mayor al 40% de trabajadores capacitados obteniendo una valoración de 1. La función de la curva de utilidad es lineal con un crecimiento del 0 al 40%.

### E.1.2. Indicador cuantitativo: Directivos capacitados

Fórmula:

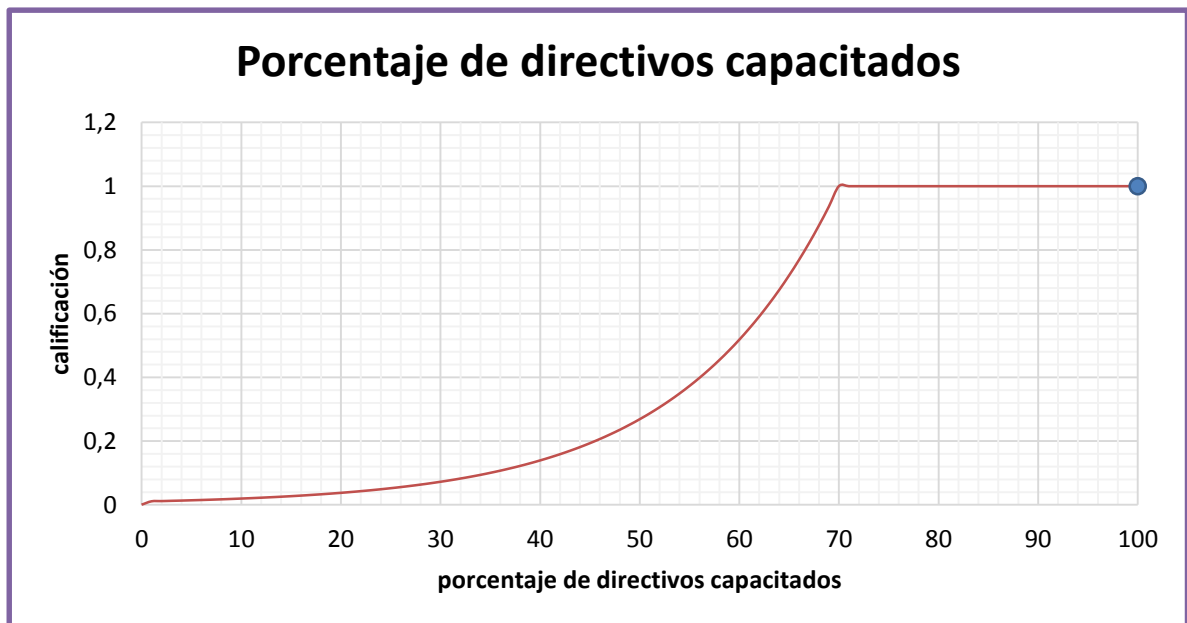
$$PDC = \frac{NDC}{TD}$$

Dónde

PDC: porcentaje de directivos capacitados

NDC: Número de directivos capacitados

TD: total de directivos



**Figura 40. Porcentaje de directivos capacitados**

Este indicador considera el porcentaje de directivos que han sido capacitados, estableciendo como nivel óptimo un porcentaje mayor al 70% de directivos capacitados obteniendo una valoración de 1. La función de la curva de utilidad es exponencial con un crecimiento del 0 al 70%.

### E.1.3. Indicador cuantitativo: Inversión total en capacitación

Fórmula:

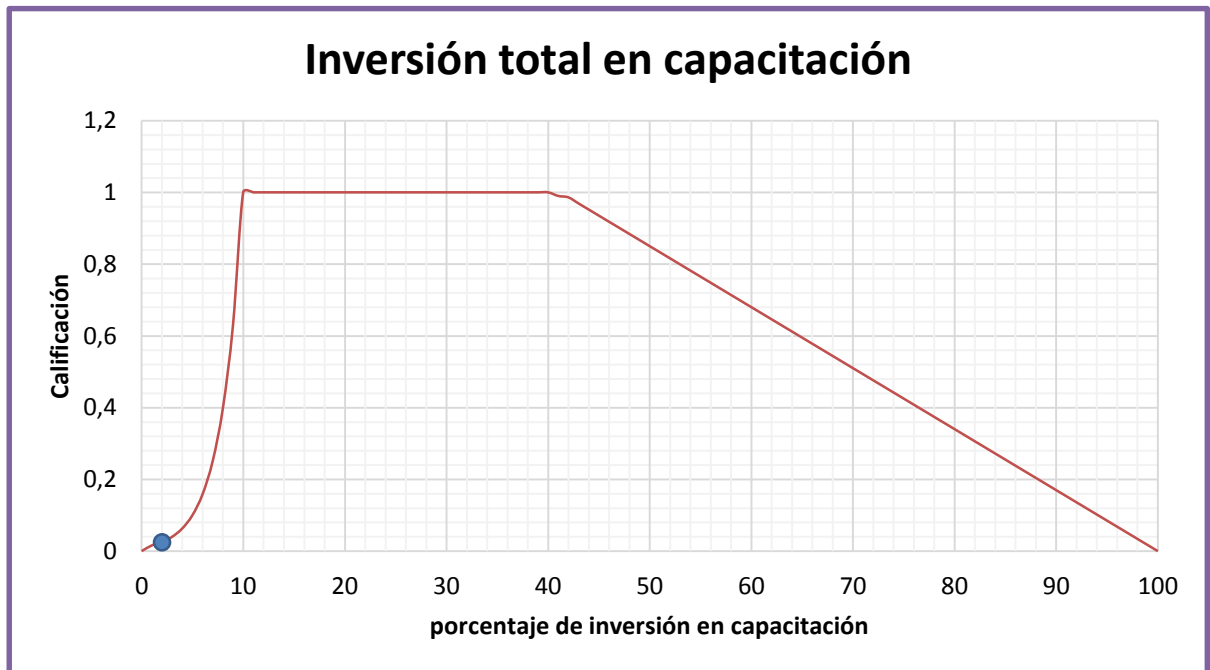
$$PIDC = \frac{MIC}{TI}$$

Dónde:

PIDC: porcentaje de ingresos destinados a la capacitación

MIC: Monto invertido en capacitación

TI: Total de ingresos.



**Figura 41. Inversión total en capacitaciones**

Este indicador considera el porcentaje de ingresos distribuidos para la realización de capacitaciones considerándose un nivel óptimo de 10 al 40% obteniendo una calificación de 1. La función de la curva es exponencial mostrando un crecimiento del 0 al 10% y decrecimiento lineal del 40% al 100% de gasto de inversión para la capacitación.

## E.2. Dimensión 2 incidencias de acciones educativas

Se busca observar si los respectivos programas de educación les permiten crecer a los trabajadores.

### E.2.1. Indicador cuantitativo: Ascensos como resultado de las capacitaciones

Fórmula:

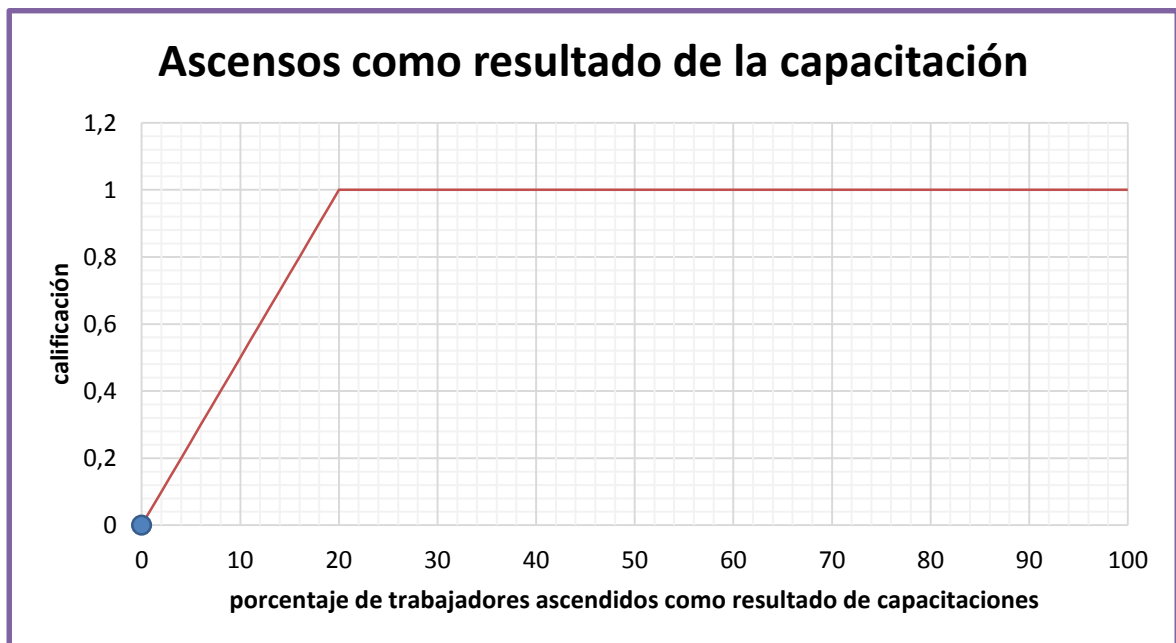
$$PAC = \frac{TTCA}{TTC}$$

Dónde

PAC: porcentaje de ascensos por capacitación

TTCA: Total de trabajadores capacitados ascendidos

TTC: Total de trabajadores capacitados.



**Figura 42. Ascenso como resultado de las capacitaciones**

Este indicador considera el porcentaje de trabajadores ascendidos por las capacitaciones considerándose un nivel óptimo mayor del 20% obteniendo una calificación de 1. La función de la curva es lineal mostrando un crecimiento del 0 al 20%.

### **E.3. Dimensión 3: Comunicación**

Es dimensión está enfocada a observar que medios de comunicación utiliza la organización con la finalidad de promocionar la economía popular y solidaria a la sociedad en general.

#### **E.3.1. Indicador cualitativo: Medios de comunicación externos utilizados**

Este indicador está enfocado a ver si la organización cuenta con instrumentos de comunicación externos como radio, prensa, correo electrónico entre otros.

#### **E.3.2. Indicador cualitativo: Medios de comunicación internos**

Este indicador verifica si se cuenta medios de comunicación como charlas, reuniones o carteleras de la organización.

#### **E.3.3. Indicador cuantitativo: Inversión en medios de comunicación externos**

Fórmula:

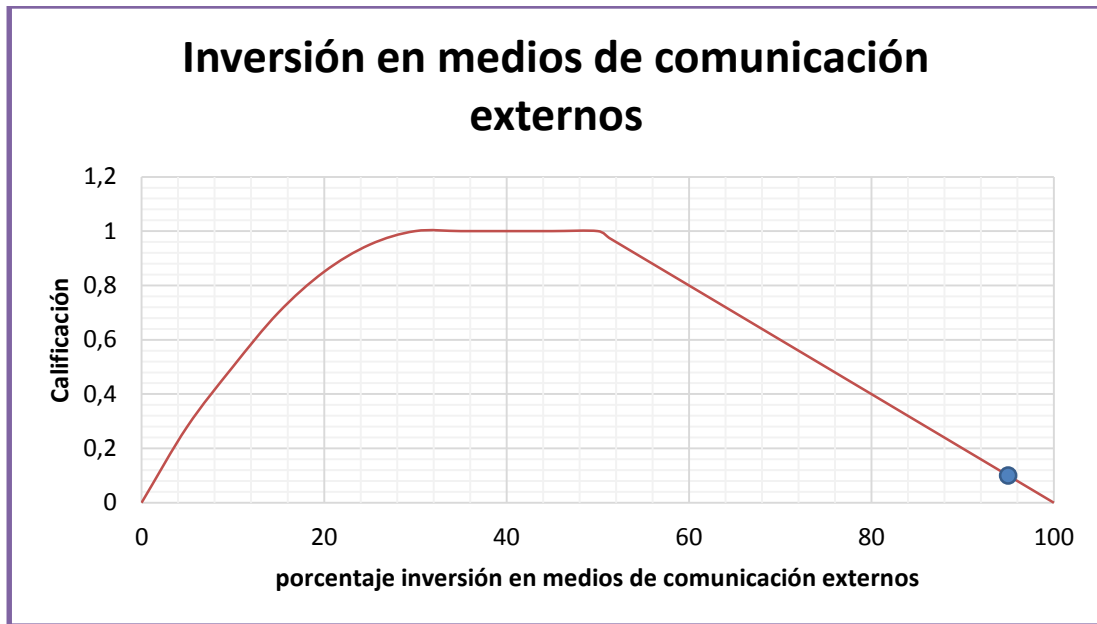
$$PIDCE = \frac{ICE}{TI}$$

Dónde

PIDCE: Porcentaje de ingresos destinados a la comunicación externa

ICE: Inversión en comunicación externa

TI: Total de ingresos.



**Figura 43. Inversión en medios de comunicación externa**

Este indicador considera el porcentaje de ingresos destinados a los medios de comunicación externa considerándose como optimo niveles entre 30% y 50% de inversión en medios de comunicación obteniendo una calificación de 1. La función de la curva de utilidad es exponencial con un crecimiento entre 0 y 30%, y con un decrecimiento lineal cuando sobrepase el 50% hasta el 100%.

#### **E.3.4. Indicador cuantitativo: Inversión en medios de comunicación interna**

Fórmula:

$$PIDCI = \frac{ICI}{TI}$$

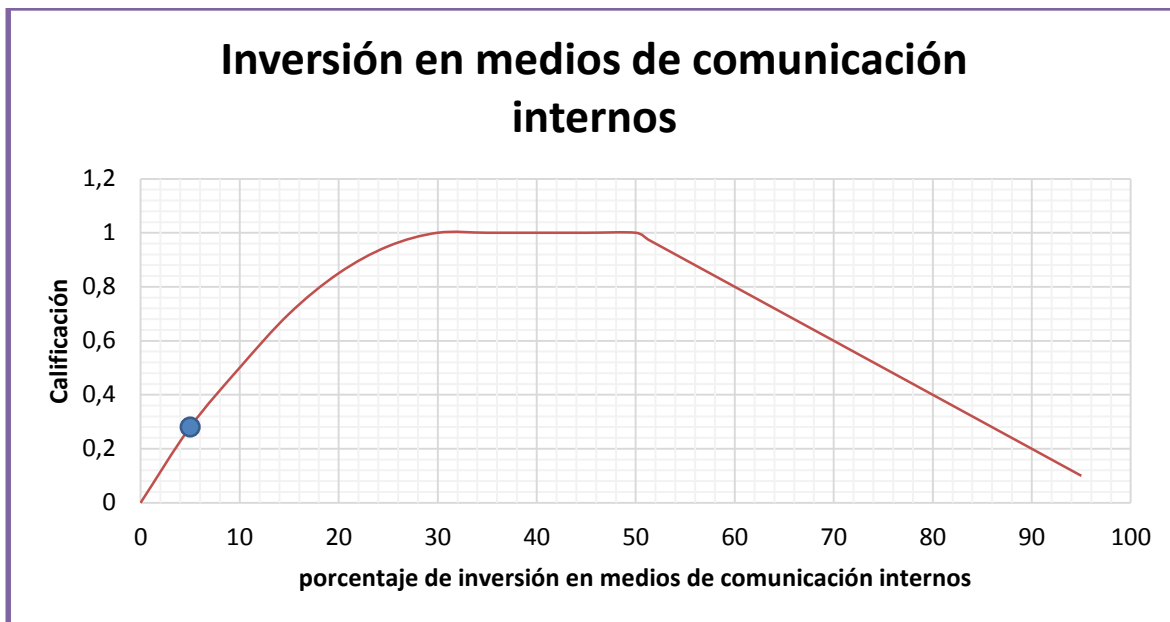
Dónde

PIDCI: Porcentaje de ingresos destinados a la comunicación interna

ICI: Inversión en comunicación interna

TI: Total de ingresos.





**Figura 44. Inversión en medios de comunicación interna**

Este indicador considera el porcentaje de ingresos destinados a los medios de comunicación interna considerándose como optimo niveles entre 30% y 50% de inversión en medios de comunicación obteniendo una calificación de 1. La función de la curva de utilidad es exponencial con un crecimiento entre 0 y 30% y un y con un decrecimiento lineal cuando sobrepase el 50% hasta el 100%.

## **F. Macrodimensión: Cooperación e integración del sector Económico Popular y Solidario**

La siguiente macrodimensión se enfoca en las relaciones existentes entre la organización con otros miembros de la economía popular y solidaria.

### **F.1. Dimensión 1: intercooperación**

Esta dimensión mide las operaciones tanto de proveedores como clientes pertenecientes a la Economía Popular y solidaria.

### F.1.1. Indicador cuantitativo: Operaciones con los proveedores de la EPS

Fórmula:

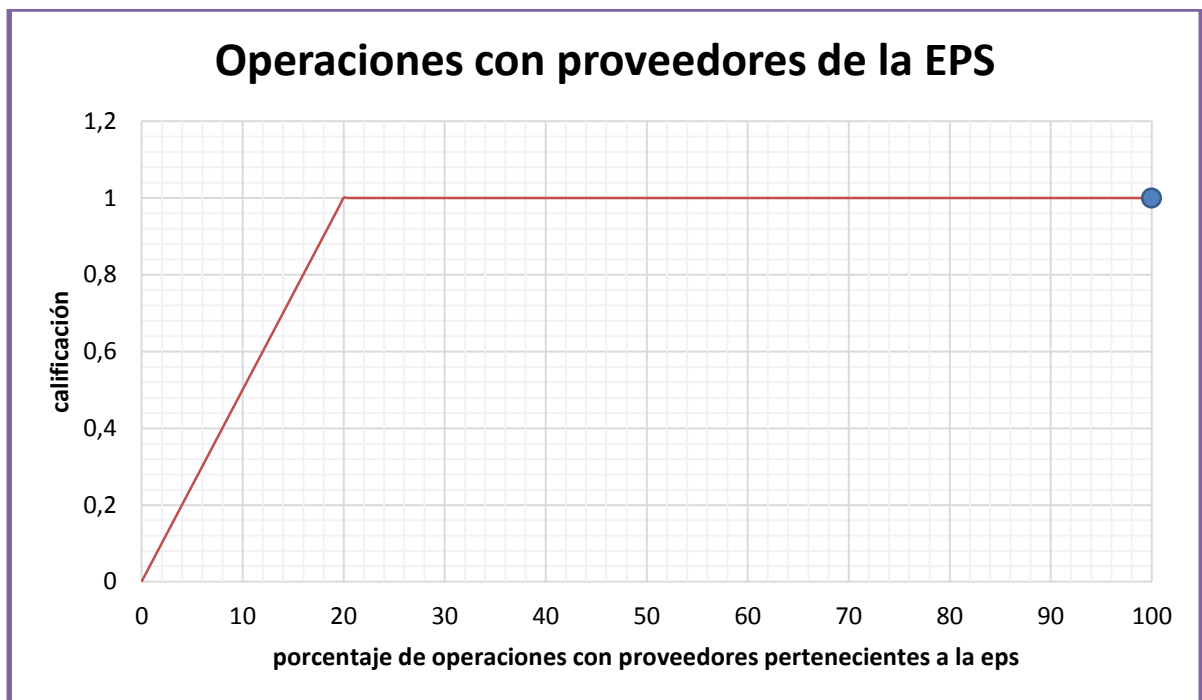
$$PCP = \frac{CP}{TC}$$

Dónde

PCP: Porcentaje de compras realizadas a los proveedores miembros de la EPS

CP: compras realizadas a proveedores miembros de la EPS

TC: Total de compras



**Figura 45. Operaciones con los proveedores de la EPS**

Este indicador considera el porcentaje de compras realizadas a proveedores miembros de la EPS, considerando un nivel óptimo de compras mayores al 20% obteniendo una calificación de 1. La función de la curva de utilidad es lineal con un crecimiento entre 0 y 20%.

### F.1.2. Indicador cuantitativo: Operaciones con los clientes de la EPS

Fórmula:

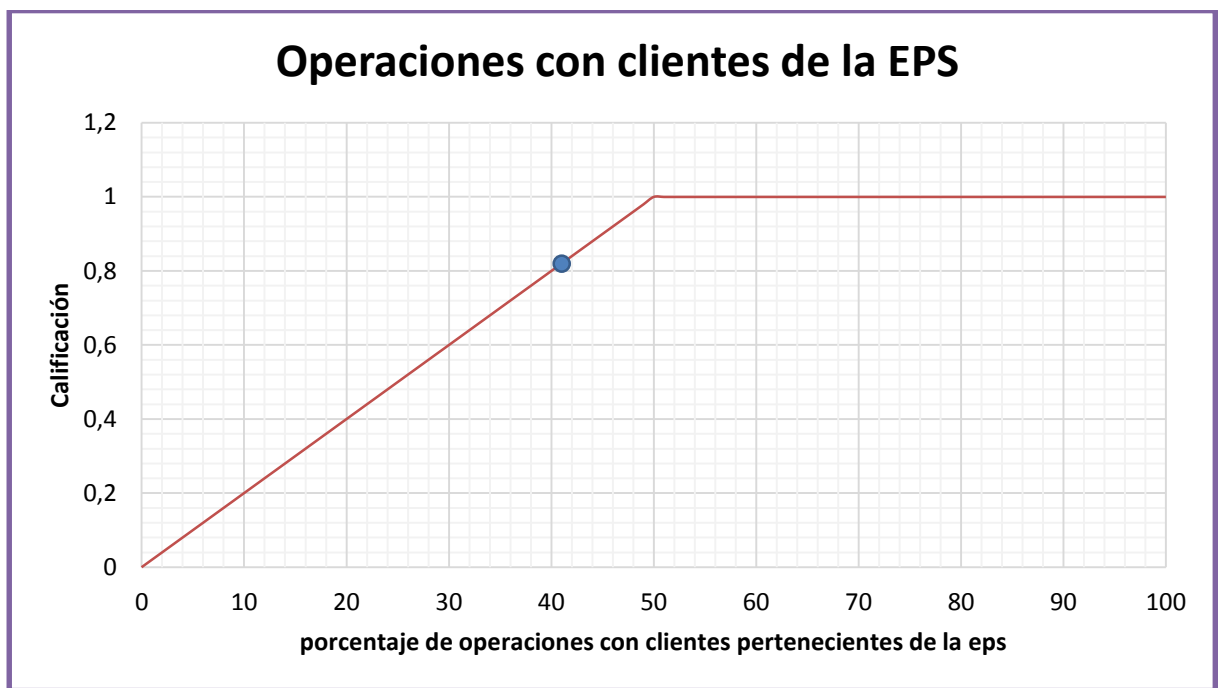
$$PVM = \frac{VM}{TV}$$

Dónde

PVM: Porcentaje de ventas realizadas a miembros de la EPS

VM: ventas realizadas a miembros de la EPS

TV: Total de ventas realizadas



**Figura 46. Operaciones con clientes de la EPS**

Este indicador considera el porcentaje de ventas realizadas a miembros de la EPS, considerando un nivel óptimo de ventas mayores al 50% obteniendo una calificación de 1. La función de la curva de utilidad es lineal con un crecimiento entre 0 y 50%.

## **F.2. Dimensión 2 Integración sectorial**

La dimensión busca determinar si existen acuerdos y políticas para incluir a otros miembros de la Economía Popular y Solidaria.

### **F.2.1. Indicador cualitativo: Acuerdos suscritos con identidades de la EPS**

El indicador permite reflejar la pertinencia de convenios y acuerdos con otras entidades de la Economía Popular y Solidaria con el fin de fomentar la integración entre organizaciones.

## **G. Macrodimensión: Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental**

La siguiente macrodimensión se relaciona con medir el nivel de responsabilidad solidaria asociativa de la organización.

### **G.1. Dimensión 1: Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental**

#### **G.1.1. Indicador cualitativo: Código de ética**

Este indicador rinde cuentas relacionado a la pertinencia del código de ética de la organización en base a la correcta adecuación de los principios leyes y valores que se deben seguir para un funcionamiento ideal, además de su correcta socialización.

#### **G.1.2. Indicador cualitativo: Transacciones equitativas**

El indicador tiene el observar si las transacciones realizadas en el interior de las organizaciones son justas en el reparto tanto de las compras como de las ventas, así como financieras y de capacitación.

#### **G.1.3. Indicador cuantitativo: Compromiso con la comunidad**

Fórmula:

$$NCC = \frac{ROS}{TCG}$$

Dónde

NCC: Nivel de compromiso con la comunidad

ROS: Rubros en obra social

TCG: Total costos y gastos



**Figura 47. Compromiso con la comunidad**

Este indicador considera el nivel de compromiso con la comunidad que posee la organización, considerando un nivel óptimo mayor a 5% de destino de costos y gastos hacia la obra social obteniendo una calificación de 1. La función de la curva de utilidad es lineal con un crecimiento entre 0 y 5%.

#### **G.1.4. Indicador cuantitativo: Normativa medio ambiental**

El siguiente indicador pretende ver si existe dentro de las políticas de la empresa aspectos referentes a la protección del medio ambiente.

#### **G.1.5. Capacitación en medio ambiente**

Fórmula:

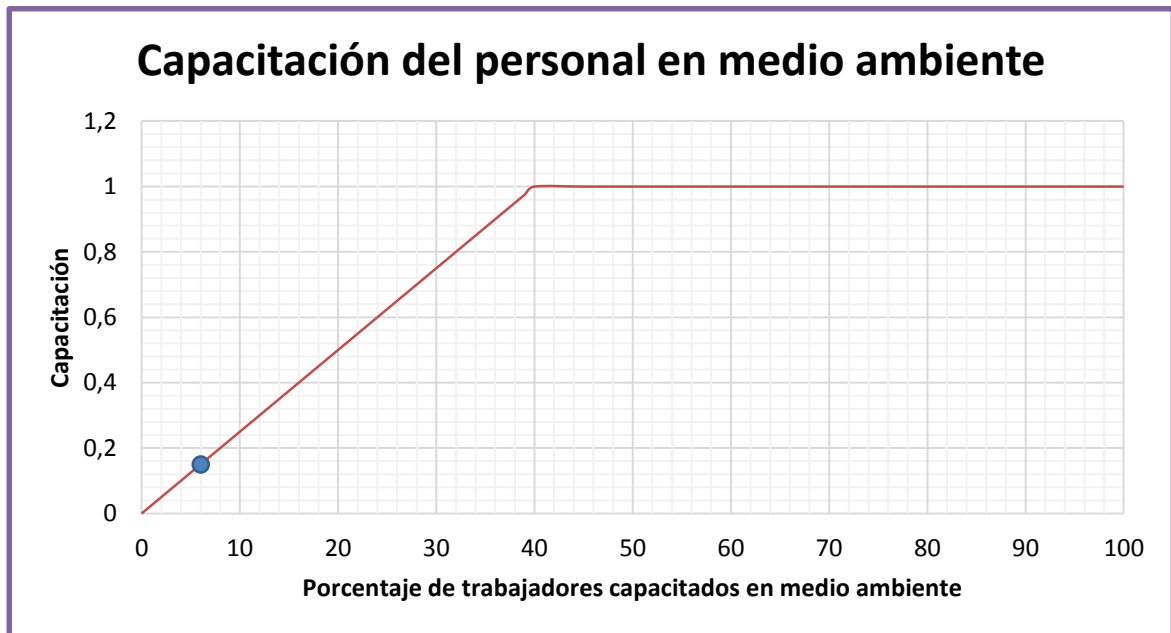
$$PPCMA = \frac{PCMA}{TPC}$$

Dónde

PPCMA: Porcentaje de personal capacitado en medio ambiente

PCMA: Personal capacitado en medio ambiente

TPC: Total personal capacitaciones



**Figura 48. Capacitación del personal en medio ambiente**

Este indicador considera el porcentaje de personal capacitado en medio ambiente, considerando un nivel óptimo de capacitaciones mayor al 40 % obteniendo una calificación de 1. La función de la curva de utilidad es lineal con un crecimiento entre 0 y 40%.

#### **G.1.6. Indicador cuantitativo: Programas medioambientales**

Fórmula:

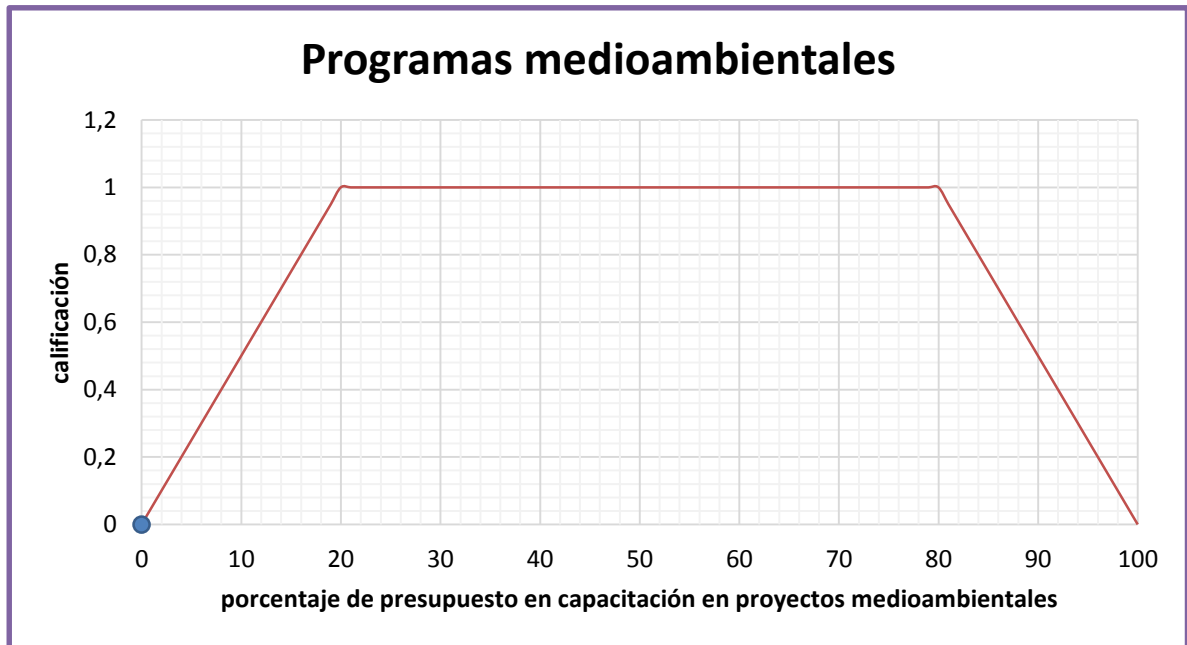
$$PRPMA = \frac{PPA}{PT}$$

Dónde

PRPMA: Porcentaje de recursos destinados a programas medioambientales

PPA: Presupuesto programas medioambientales

PT: Presupuesto total



**Figura 49. Programas ambientales**

Este indicador considera el porcentaje de presupuesto destinado a programas medio ambientales, considerando un nivel óptimo de presupuesto entre el al 20% y 80% obteniendo una calificación de 1. La función de la curva de utilidad es lineal con un crecimiento entre 0 y 20%. Y un decrecimiento del 80% al 100%.

#### **G.1.7. Indicador cuantitativo: Actividades medioambientales**

Fórmula:

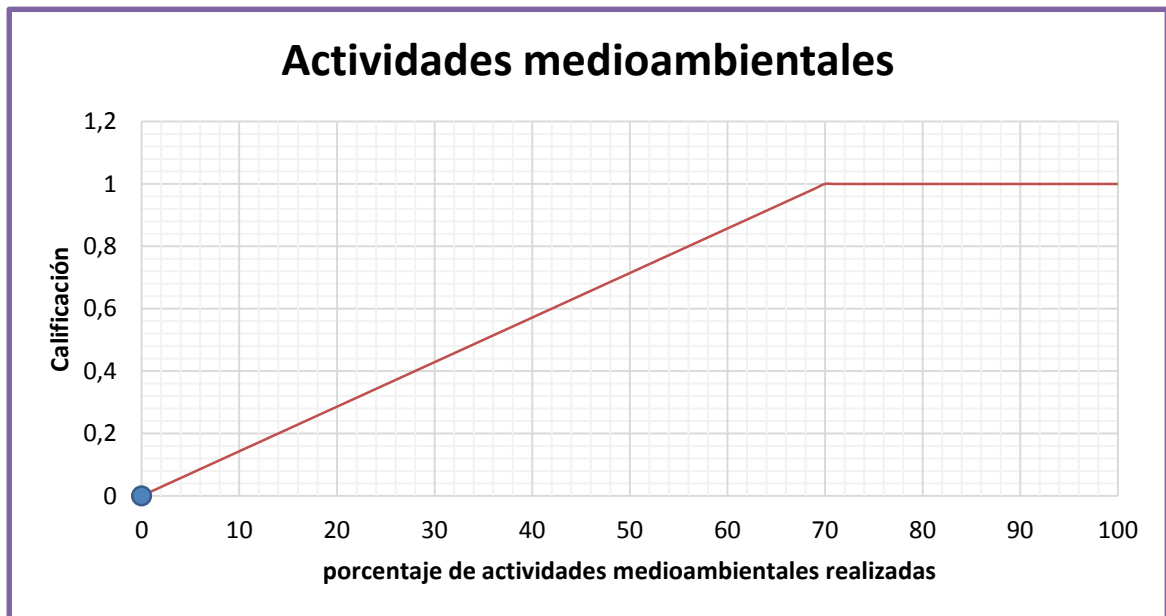
$$PEAMA = \frac{NAMAR}{TAMAP}$$

Dónde

PEAMA: Porcentaje de ejecución actividades medioambientales

NAMAR: Numero de actividades medioambientales realizadas

TAMAP: Total de actividades medioambientales programadas



**Figura 50. Actividades medioambientales**

Este indicador considera el porcentaje de actividades medioambientales realizadas por la organización, considerando un nivel óptimo de actividades mayor al 70% obteniendo una calificación de 1. La función de la curva de utilidad es lineal con un crecimiento entre 0 y 70%.

## 5.2. Presentación

El modelo está desarrollado en base a hojas de cálculo automatizadas del software informático Microsoft Excel, el mismo contiene en diferentes hojas la siguiente estructura:

- Portada
- Macrodimensiones
- Indicadores
- Hoja de resultados



- Portada

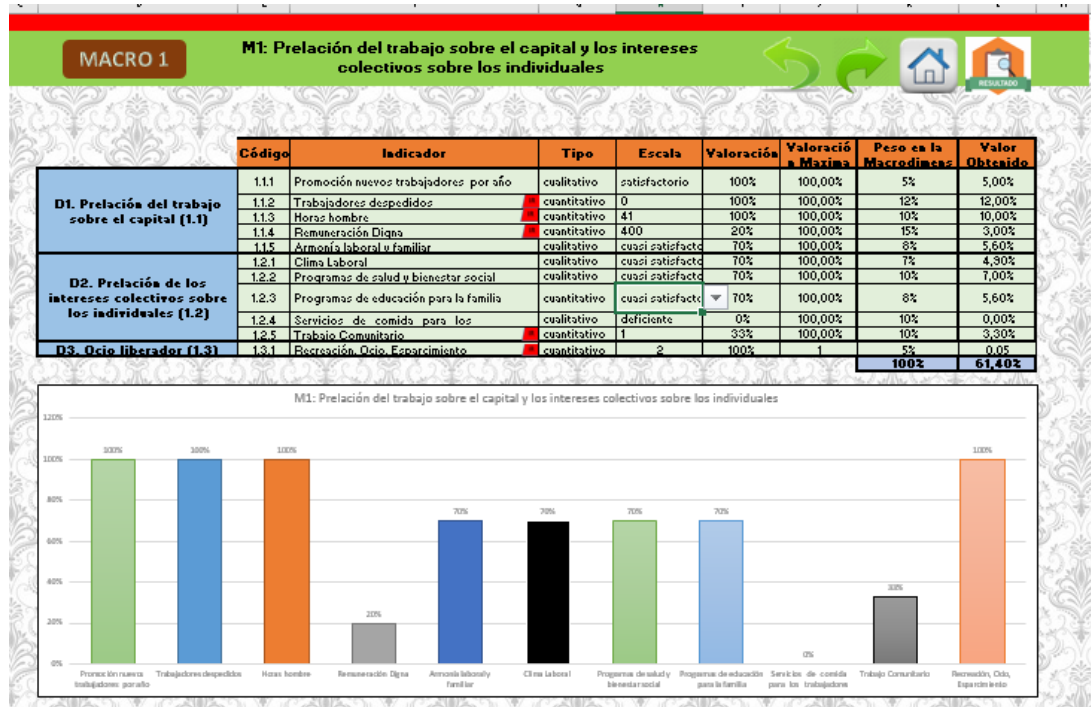


**Figura 51. Portada**

La portada contiene hipervínculos que lo dirige hacia cada una de las macrodimensiones propuestas en el modelo

- Macrodimensiones

Esta hoja contiene Las macridimensiones, las dimensiones y los indicadores que pertenecen a cada una de estas, cada macrodimension cuenta con un cuadro de resumen de los indicadores y sus respectivas graficas

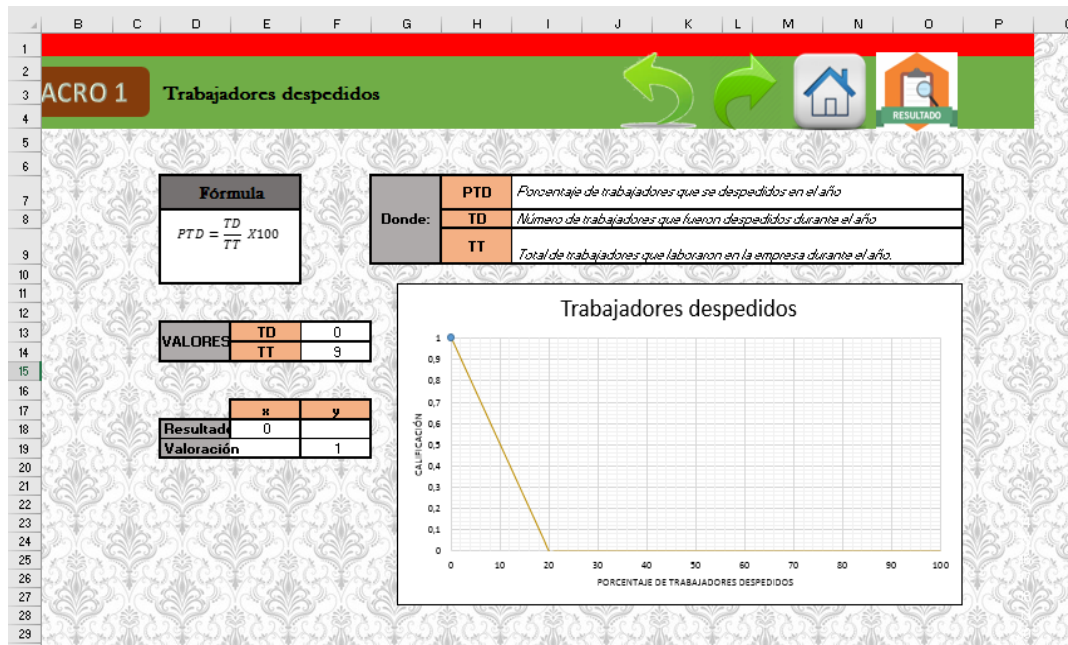


**Figura 52. Macrodimensiones**

Cada cuadro de las macrodimensiones cuenta con un cuadro donde se resumen las dimensiones pertenecientes a estas y cada uno de sus indicadores, este cuadro está dividido en dimensión, indicador, tipo y los respectivos ponderaciones y pesos que se les ha asignado a cada uno.

- Indicadores

Esta hoja contiene las formulas y graficas de los respectivos indicadores ya sean cualitativos y cuantitativos



**Figura 53 Indicadores**

Como podemos observar en la siguiente grafica solo los indicadores cuantitativos poseen cálculos matemáticos en esta hoja se detallan, la fórmula para la obtención del resultado y una curva de utilidad proveniente del mismo calculo, los indicadores cualitativos se miden a través de los estándares establecidos en la figura 30.

- Hoja de resultados

La hoja de resultados contiene todos los indicadores, dimensiones y macrodimensiones reunidas en un cuadro, además otorga pesos a cada macrodimension dentro del balance social y evalúa el balance social en forma general

La hoja posee graficas donde se presentan los resultados obtenidos por cada macrodimensión.

### 5.3. Informe de aplicación

El ejemplo aplicativo se lo realizó a una de las asociaciones textiles. La información recopilada pertenece al período fiscal 2017, y fue proporcionada por una de ellas

A continuación, podemos observar los datos que arrojaron cada una de las dimensiones evaluadas en el modelo.

**Tabla 26.**  
**Macrodimensión 1**

Dimensión	Código	Indicador	Tipo	Peso en la macrodimensión	Calificación Macrodimensión	Peso total	Calificación total
<b>M1: Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales (16%)</b>							
<b>D1. Prelación del trabajo sobre el capital (1.1)</b>	1.1.1	Promoción nuevos trabajadores por año	cualitativo	5%	5,00%	0,80%	0,80%
	1.1.2	Trabajadores despedidos	cuantitativo	12%	12,00%	1,92%	1,92%
	1.1.3	Horas hombre	cuantitativo	10%	10,00%	1,60%	1,60%
	1.1.4	Remuneración Digna	cuantitativo	15%	3,00%	2,40%	0,48%
	1.1.5	Armonía laboral y familiar	cualitativo	8%	5,60%	1,28%	0,90%
<b>D2. Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales (1.2)</b>	1.2.1	Clima Laboral	cualitativo	7%	4,90%	1,12%	0,78%
	1.2.2	Programas de salud y bienestar social	cualitativo	10%	7,00%	1,60%	1,12%
	1.2.3	Programas de educación para la familia	cualitativo	8%	5,60%	1,28%	0,90%
	1.2.4	Servicios de comida para los trabajadores	cualitativo	10%	0,00%	1,60%	0,00%
	1.2.5	Trabajo Comunitario	cuantitativo	10%	3,30%	1,60%	0,53%
<b>D3. Ocio liberador (1.3)</b>	1.3.1	Recreación, Ocio, Esparcimiento	cuantitativo	5%	5,00%	0,80%	0,80%
<b>Total Macrodimensión</b>				100%	<b>61,40%</b>	16,00%	<b>9,82%</b>
							<b>Poco satisfactorio</b>

Después de aplicar el modelo a una asociación textil encontramos las siguientes observaciones:

Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuos que es la macrodimensión 1 encontramos un 61,40% de cumplimiento donde se encuentra más problemas es en la remuneración digna ya que todos los trabajadores que poseen ganan solo el salario básico.

**Tabla 27.**  
**Macrodimensión 2**

<b>M2. Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultura (16%)</b>							
<b>D1. Accesibilidad asociativa y cooperativa (2.1)</b>	2.1.1	Proceso de ingreso de nuevos socios	cualitativo	25%	25,00%	4,00%	4,00%
	2.2.1	Registro de retiro de asociados	cualitativo	20%	20,00%	3,20%	3,20%
<b>D2. Retiro de asociados (2.2)</b>	2.2.2	Política clara que establece los procesos (no discriminatorios) para la salida de socios	cualitativo	30%	21,00%	4,80%	3,36%
	2.3.1	Conocimiento de las leyes y normativas	cualitativo	25%	17,50%	4,00%	2,80%
<b>D3. Conocimiento cooperativo y del sistema económico social y solidario (2.3)</b>							
<b>Total Macrodimensión</b>		<b>Cuasi satisfactorio</b>		100%	<b>83,50%</b>	16,00%	<b>13,36%</b>

En la segunda macrodimensión Asociación voluntaria equitativa y respeto de identidad cultural se obtuvo un 84% de cumplimiento, no se obtiene debilidades ya que sus socios conocer en su mayoría las leyes y no existe procesos discriminarlos para ingreso y salida de socios y la comunicación.

**Tabla 28.**  
**Macrodimensión 3**

<b>M3. Autogestión y autonomía (10%)</b>							
<b>D1. Control democrático</b>	3.1.1	Asambleas asistidas	cuantitativo	15%	15,00%	1,50%	1,50%

CONTINÚA 

<b>para socios y asociados (3.1)</b>							
<b>D2. Transparencia informativa (3.2)</b>	3.2.1	Transparencia informativa	cualitativo	15%	15,00%	1,50%	1,50%
	3.2.2	Medios para comunicar la información		9%	6,30%	0,90%	0,63%
<b>D3. Acuerdos con otras organizaciones externas a la EPS y SFPS (3.3)</b>	3.3.1	Acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS y SFPS	cuantitativo	15%	6,25%	1,50%	0,63%
	3.4.1	Impuestos totales pagados	cualitativo	18%	18,00%	1,80%	1,80%
<b>D4. Relación con el estado (3.4)</b>	3.4.2	Aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS	cualitativo	18%	18,00%	1,80%	1,80%
	3.4.3	Sanciones y multas	cualitativo	10%	7,00%	1,00%	0,70%
	<b>Total Macrodimensión</b>		<b>Cuasi satisfactorio</b>		100%	<b>85,55%</b>	10,00%
<b>M4. Participación económico-social y distribución equitativa de excedentes (15%)</b>							

La macrodimensión 3 que hace referencia a la autogestión y economía se la valoro dentro de la asociación con un porcentaje de 86%, en la esta carodimension tampoco se encontró mayores debilidades ya que cumplen con la realización de asambleas y la comunicación de las mismas

**Tabla 29.**  
**Macrodimensión 4**

<b>M4. Participación económico-social y distribución equitativa de excedentes (15%)</b>							
<b>D1. Concentración de aportes sociales (4.1)</b>	4.1.1	Aportes de socios	cuantitativo	22%	22,00%	3,30%	3,30%
	4.2.1	Valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores	cuantitativo	19%	19,00%	2,85%	2,85%
<b>D2. Valor agregado cooperativo (4.2)</b>	4.2.2	Valor agregado	cuantitativo	19%	19,00%	2,85%	2,85%

CONTINÚA 

	4.2.3	cooperativo distribuido a los socios Valor agregado cooperativo distribuido a la comunidad Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común	cuantitativo	24%	22,63%	3,60%	3,39%
	4.2.4	cooperativo distribuido a la comunidad Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común	cuantitativo	16%	4,57%	2,40%	0,69%
<b>Total Macrodimensión</b>		<b>Cuasi satisfactorio</b>		100%	<b>87,20%</b>	15,00%	<b>13,08%</b>

La macrodimensión 4 hace referencia a la participación económica-social y distribución equitativa de excedentes obtuvo un porcentaje de dentro de la asociación 87,20% donde su mayor debilidad fue que no van incrementando el patrimonio común de la organización.

**Tabla 30.**  
**Macrodimensión 5**

<b>M5. Educación, capacitación y comunicación (15%)</b>							
<b>D1. Inversión en Educación (5.1)</b>	5.1.1	Empleados capacitados	cuantitativo	13%	13,00%	1,95%	1,95%
	5.1.2	Directivos capacitados	cuantitativo	13%	13,00%	1,95%	1,95%
	5.1.3	Inversión total en capacitación	cuantitativo	15%	0,24%	2,25%	0,04 %
<b>D2. Incidencia de acciones educativas (5.2)</b>	5.2.1	Ascensos como resultado de la capacitación	cuantitativo	17%	17,00%	2,55%	2,55%
	5.3.1	Medios de comunicación externos utilizados	cualitativo	8%	2,80%	1,20%	0,42%
<b>D3. Comunicación (5.3)</b>	5.3.2	Medios de comunicación internos utilizados	cualitativo	13%	9,10%	1,95%	1,37%
	5.3.3	Inversión en medios de comunicación externos	cuantitativo	8%	0,00%	1,20%	0,00%

CONTINÚA 

	5.3.4	Inversión en medios de comunicación internos	cuantitativo	13%	0,00%	1,95%	0,00%
<b>Total Macrodimensión</b>		<b>Poco satisfactorio</b>		100%	<b>55,14%</b>	15,00%	<b>8,27%</b>

La macrodimensión 5: educación comunicación y capacitación obtuvo un 55,14% de cumplimiento señalando graves falencias en los medios de comunicación externo es decir hacia afuera de la asociación y a su vez la inversión que realizan en este rubro también es bajo.

**Tabla 31.**  
**Macrodimensión 6**

<b>M6. Cooperación e integración del sector económico popular y solidario (13%)</b>							
<b>D1. Intercooperación (6.1)</b>	6.1.1	Operaciones con proveedores de la EPS	cuantitativo	33%	33,00%	4,29%	4,29%
	6.1.2	Operaciones con clientes de la EPS	cuantitativo	33%	5,94%	4,29%	0,77%
<b>D2. Integración sectorial (6.2)</b>	6.2.1	Acuerdos suscritos con entidades de la EPS	cualitativo	34%	23,80%	4,42%	3,09%
<b>Total Macrodimensión</b>		<b>Poco satisfactorio</b>		100%	<b>62,74%</b>	13,00%	<b>8,16%</b>

La macrodimensión 6: cooperación e integración del sector económico popular y solidario obtuvo un porcentaje de 63% encontrando falencias en operaciones realizadas con miembros fuera de la EPS.

**Tabla 32.**  
**Macrodimensión 7**

<b>M7. Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental (15%)</b>							
<b>D1. Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental (7.1)</b>	7.1.1	Código de ética	cualitativo	25%	17,50%	3,75%	2,63%
	7.1.2	Transacciones equitativas	cualitativo	7%	7,00%	1,05%	1,05%
	7.1.3	Compromiso con la comunidad	cuantitativo	14%	14,00%	2,10%	2,10%
	7.1.4	Normativa medioambiental	cualitativo	7%	2,45%	1,05%	0,37%

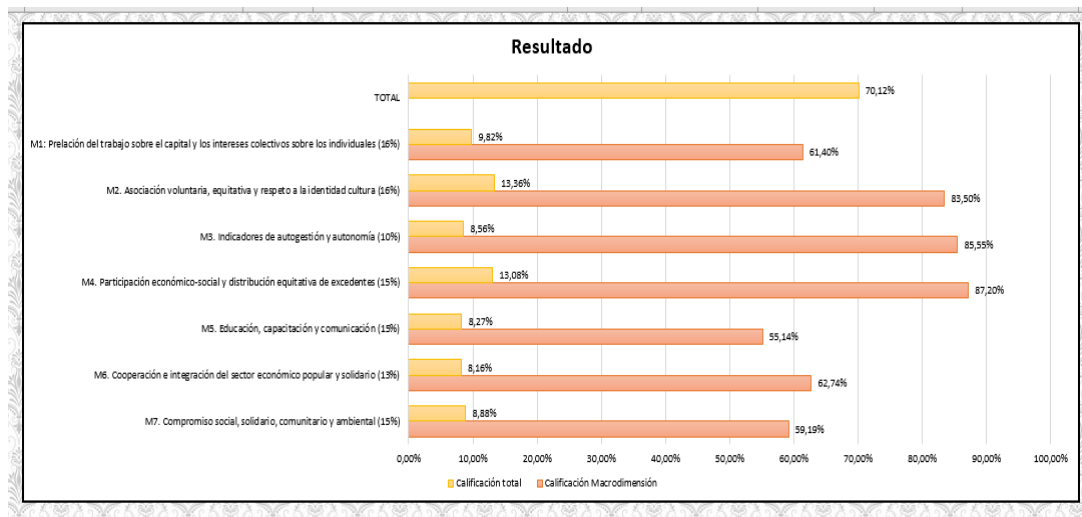
CONTINÚA 



	7.1.5	Capacitación en medio ambiente	cuantitativo	14%	3,85%	2,10%	0,58%
	7.1.6	Programas medioambientales	cuantitativo	14%	0,00%	2,10%	0,00%
	7.1.7	Actividades medioambientales	cuantitativo	19%	14,39%	2,85%	2,16%
<b>Total Macrodimensión</b>		<b>Poco satisfactorio</b>		100%	<b>59,19%</b>	15,00%	<b>8,88%</b>
<b>TOTAL</b>						<b>100,00%</b>	<b>70,12%</b>

**Cuasi satisfactorio**

La macrodimensión 7 que hace referencia al compromiso social, solidario comunitario y ambiental se obtuvo un porcentaje de 59, 19% encontrando su mayor debilidad en las actividades ambientales ya que desconocen esta parte de la responsabilidad solidaria.



**Figura 54. Resultados**

#### 5.4. Diseño operativo de la propuesta

El modelo cuenta con una caratula en las cual podemos observar enlaces que nos llevara a cada una de las macrodimensiones propuestas y sus respectivos indicadores.

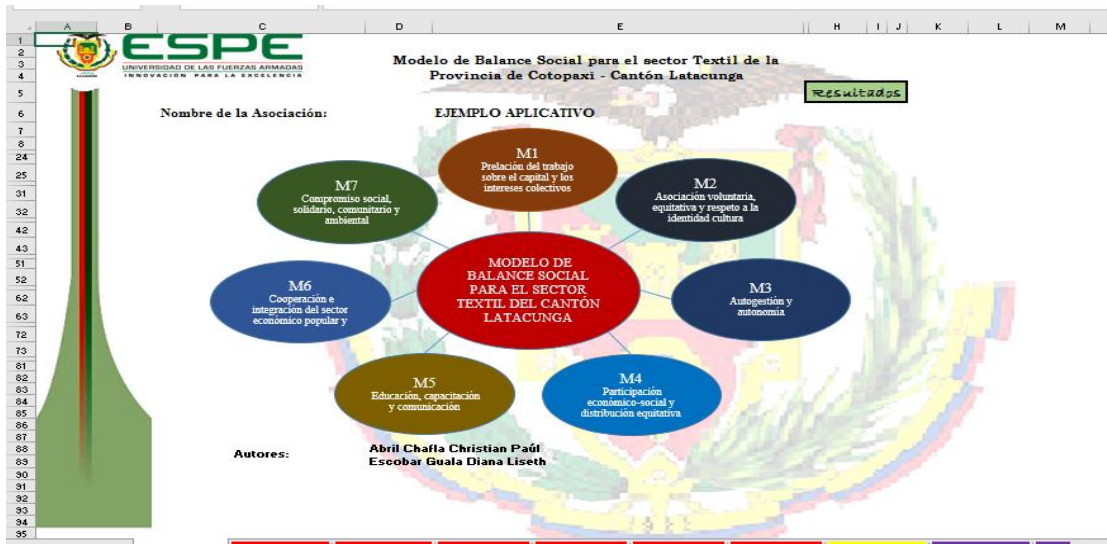


Figura 55. Portada

Portada

En la portada se muestra los autores del modelo de Balance Social para el sector Textil del cantón Latacunga, además, cada círculo de cada macrodimensión da acceso a la información de cada una.

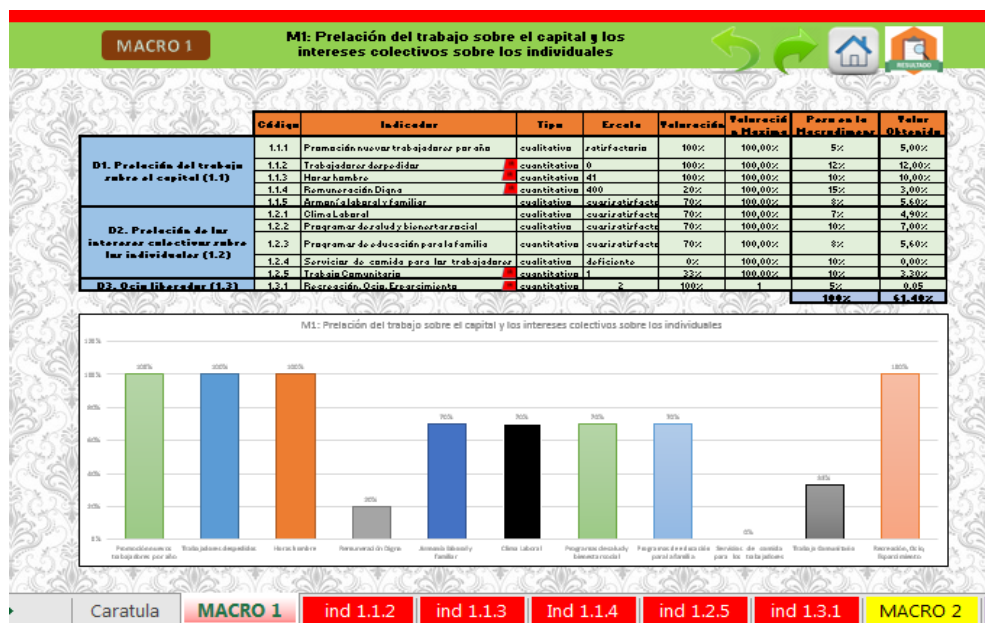
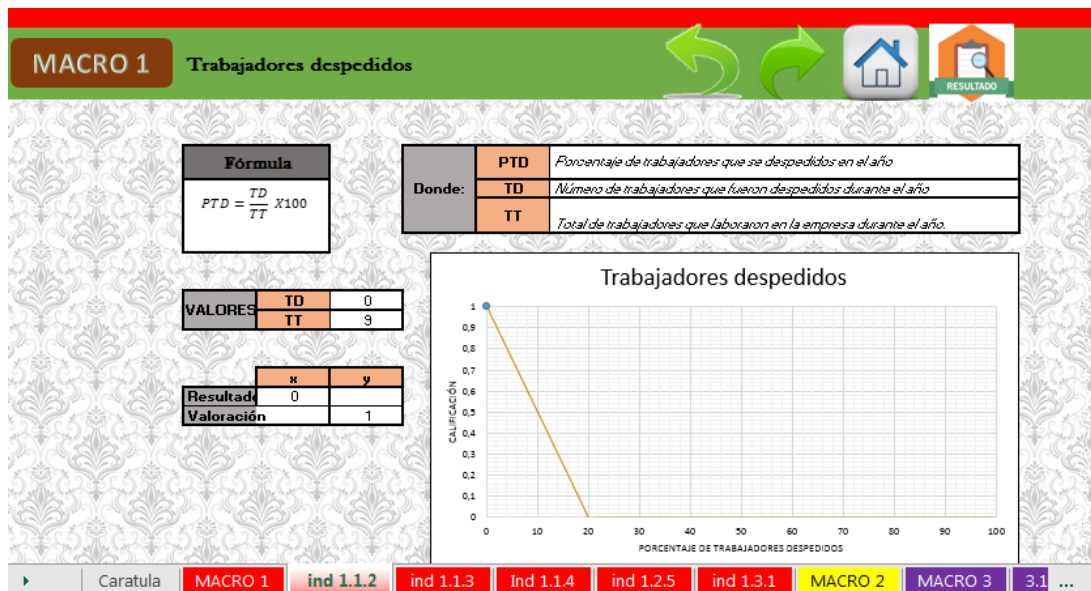


Figura 56. Macrodimensión 1

En la imagen se observa la MACRODIMENSIÓN 1 (Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales), con sus respectivas dimensiones: prelación del trabajo sobre el capital, prelación de los intereses colectivos sobre los individuales, finalmente ocio liberador., en cada dimensión se identifican sus respectivos indicadores.



**Figura 57. Trabajadores despedidos**

En la gráfica se puede observar al indicador de “trabajadores despedidos”, con su respectiva fórmula de cálculo, en la cual se detallan los elementos de la misma, además, se puede apreciar la respectiva curva de utilidad y la localización punto de calificación según el cálculo realizado.

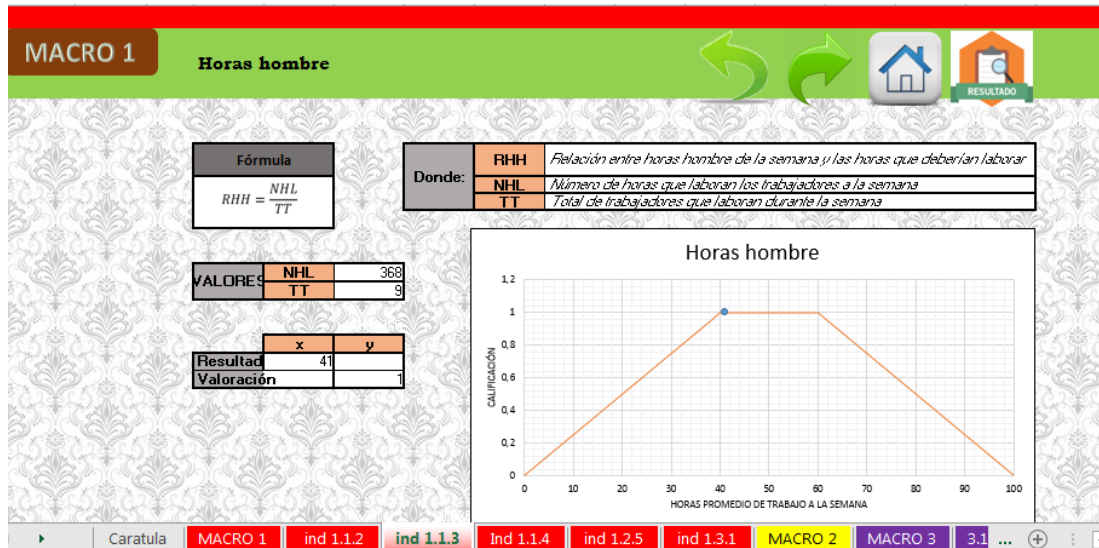


Figura 58. Horas hombre

En la gráfica se puede observar al indicador de “horas hombre”, con su respectiva fórmula de cálculo en la cual se detallan los elementos de la misma, además, se puede apreciar la respectiva curva de utilidad y la localización punto de calificación según el cálculo realizado.

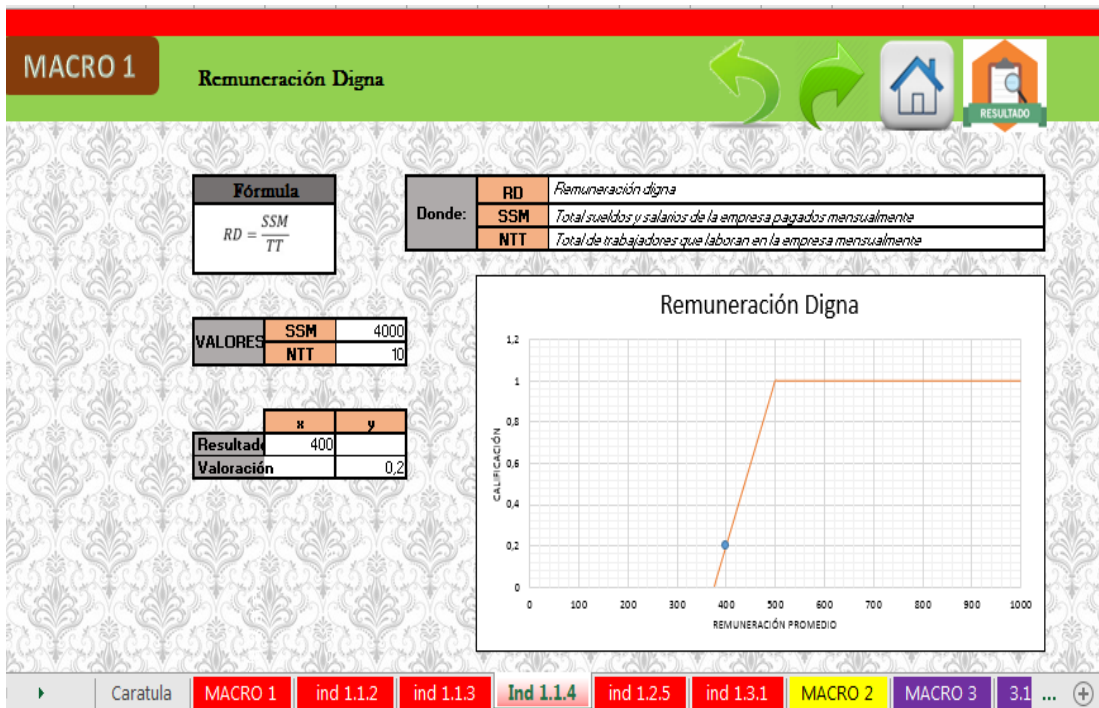
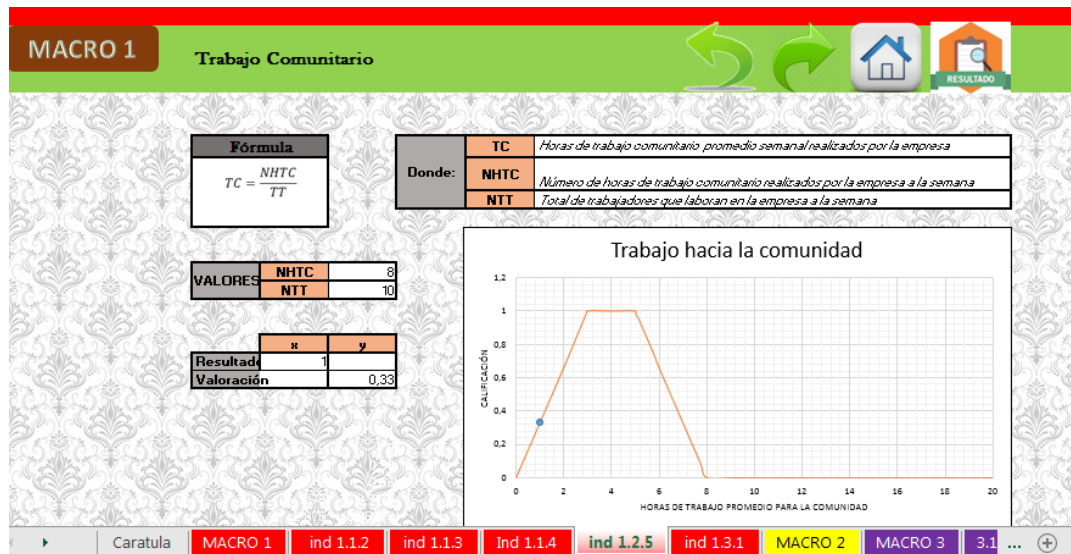


Figura 59. Remuneración Digna

En la gráfica se puede observar al indicador de “Remuneración Digna”, con su respectiva fórmula de cálculo en la cual se detallan los elementos de la misma, además, se puede apreciar la respectiva curva de utilidad y la localización punto de calificación según el cálculo realizado.



**Figura 60. Trabajo comunitario**

En la gráfica se puede observar al indicador de “Trabajo comunitario”, con su respectiva fórmula de cálculo en la cual se detallan los elementos de la misma, además, se puede apreciar la respectiva curva de utilidad y la localización punto de calificación según el cálculo realizado.

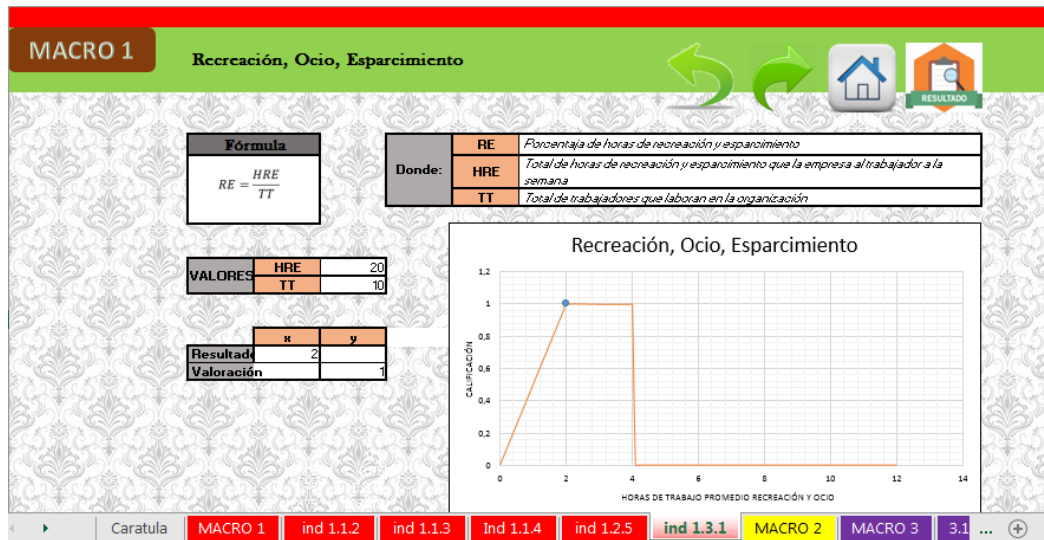


Figura 61. Recreación, Ocio, Esparcimiento

En la gráfica se puede observar al indicador de “Recreación, Ocio, Esparcimiento”, con su respectiva fórmula de cálculo en la cual se detallan los elementos de la misma, además, se puede apreciar la respectiva curva de utilidad y la localización punto de calificación según el cálculo realizado.

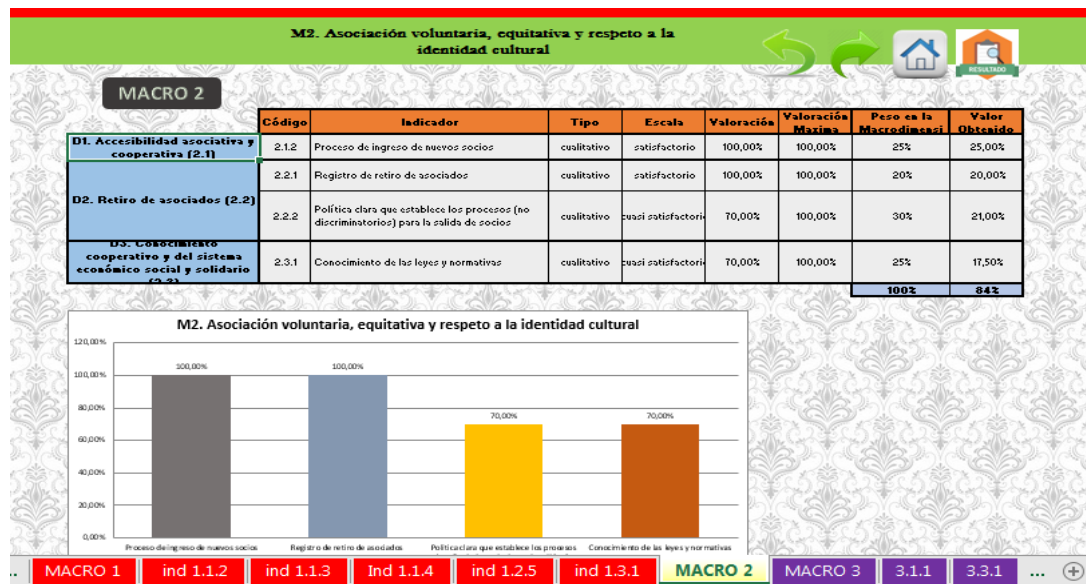


Figura 62. MACRODIMENSIÓN 2

En la imagen se observa la MACRODIMENSIÓN 2 (Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural), con sus respectivas dimensiones: accesibilidad asociativa y cooperativa, retiro de asociados, conocimiento cooperativo y del sistema económico social y solidario., en cada dimensión se identifican sus respectivos indicadores.

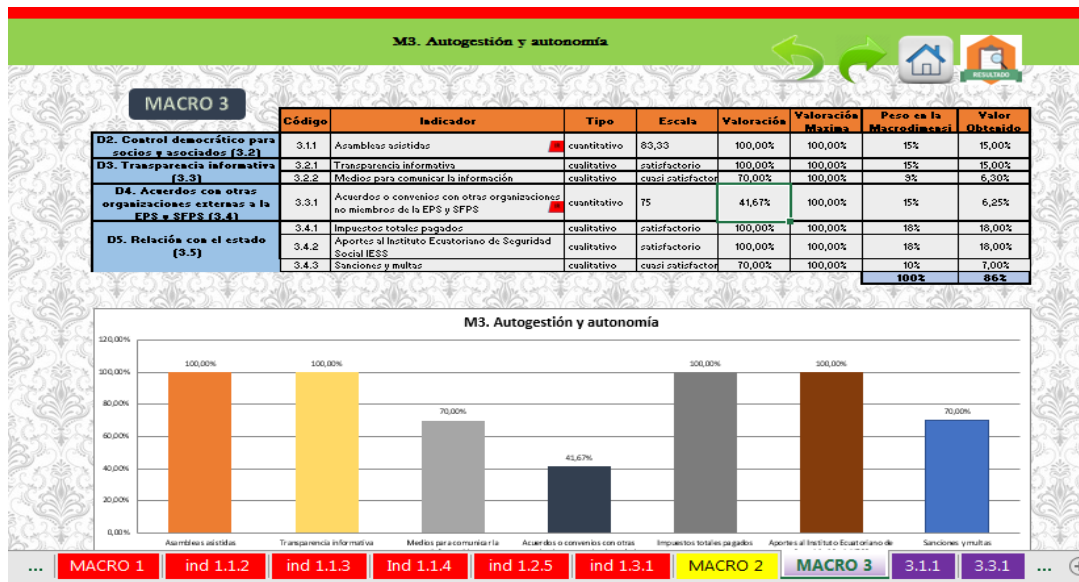
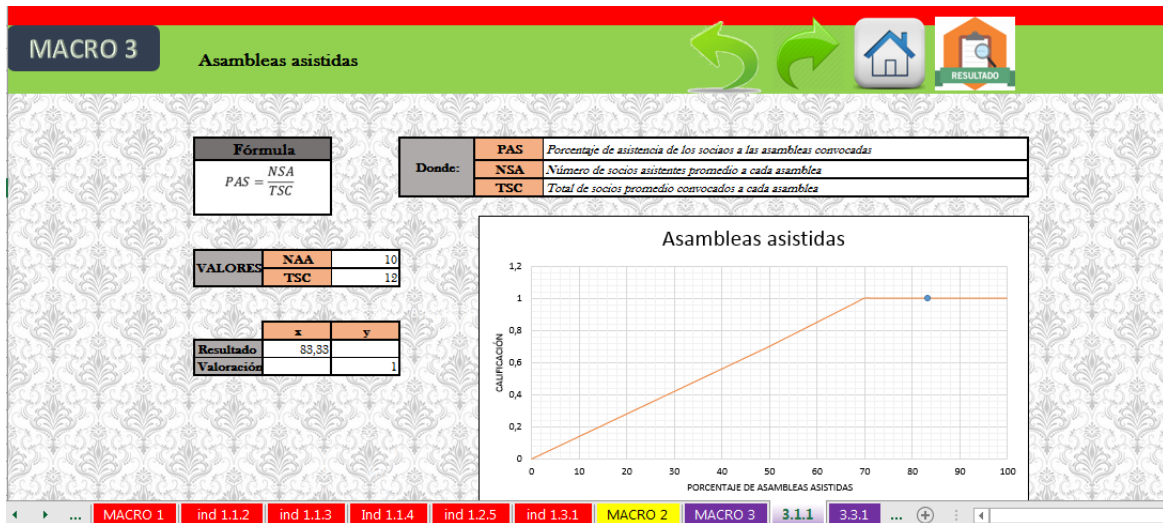


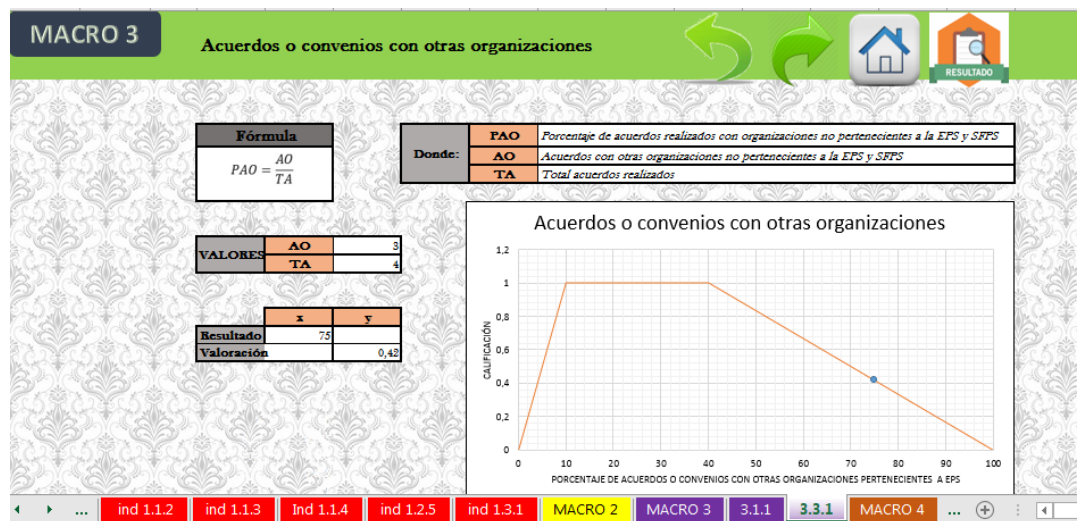
Figura 63. MACRODIMENSIÓN 3

En la imagen se observa la MACRODIMENSIÓN 3 (Autogestión y autonomía), con sus respectivas dimensiones: control democrático para socios y asociados, transparencia informativa, acuerdos con otras organizaciones externas a la EPS y SFPS, relación con el estado., en cada dimensión se identifican sus respectivos indicadores.



**Figura 64. Asambleas asistidas**

En la gráfica se puede observar al indicador de “Asambleas asistidas”, con su respectiva fórmula de cálculo en la cual se detallan los elementos de la misma, además, se puede apreciar la respectiva curva de utilidad y la localización punto de calificación según el cálculo realizado.



**Figura 65. Acuerdos o convenios con otras organizaciones**

En la gráfica se puede observar al indicador de “Acuerdos o convenios con otras organizaciones”, con su respectiva fórmula de cálculo en la cual se detallan los elementos



de la misma, además, se puede apreciar la respectiva curva de utilidad y la localización punto de calificación según el cálculo realizado.

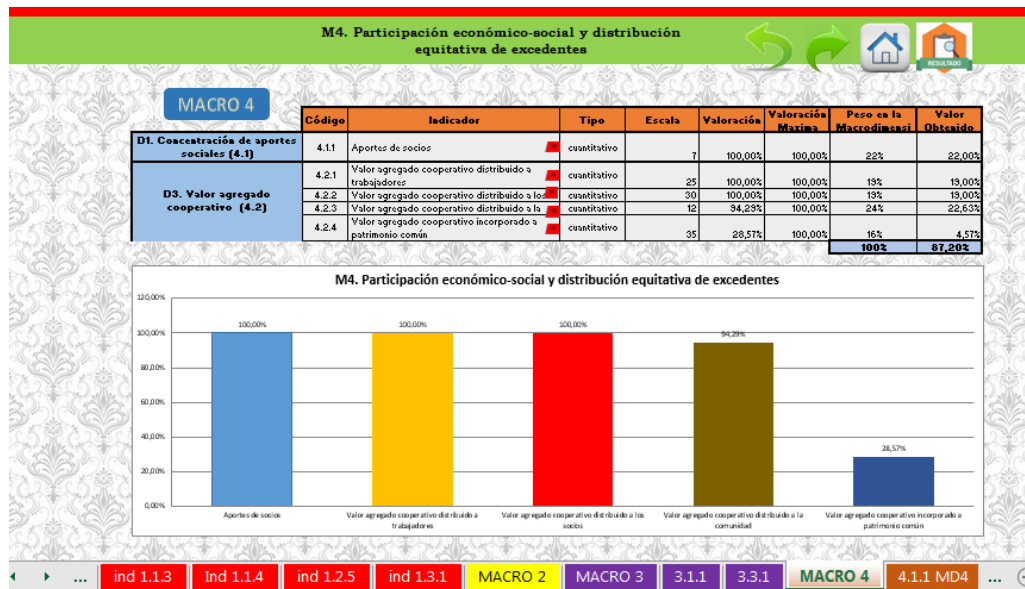


Figura 66. MACRODIMENSIÓN 4

En la imagen se observa la MACRODIMENSIÓN 4 (Autogestión y autonomía), con sus respectivas dimensiones: Concentración de Aportes Sociales, Valor Agregado Cooperativo., en cada dimensión se identifican sus respectivos indicadores.

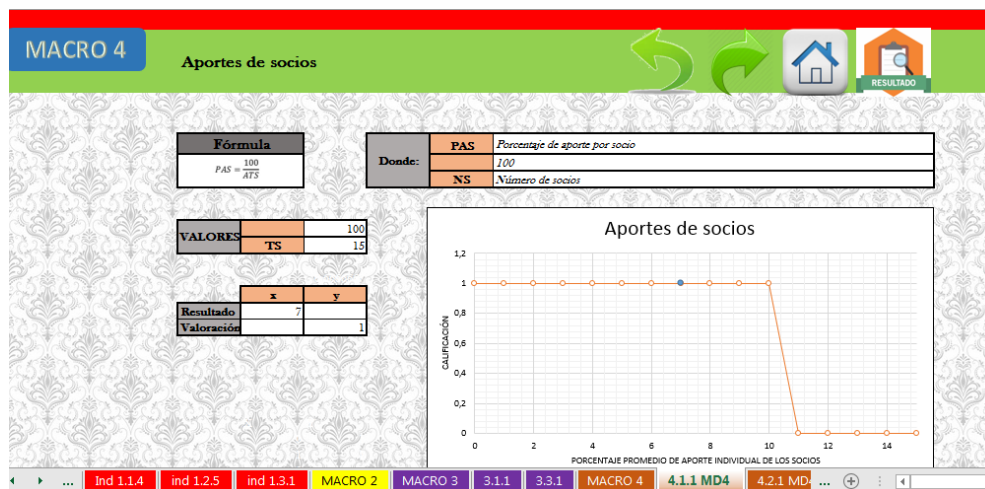
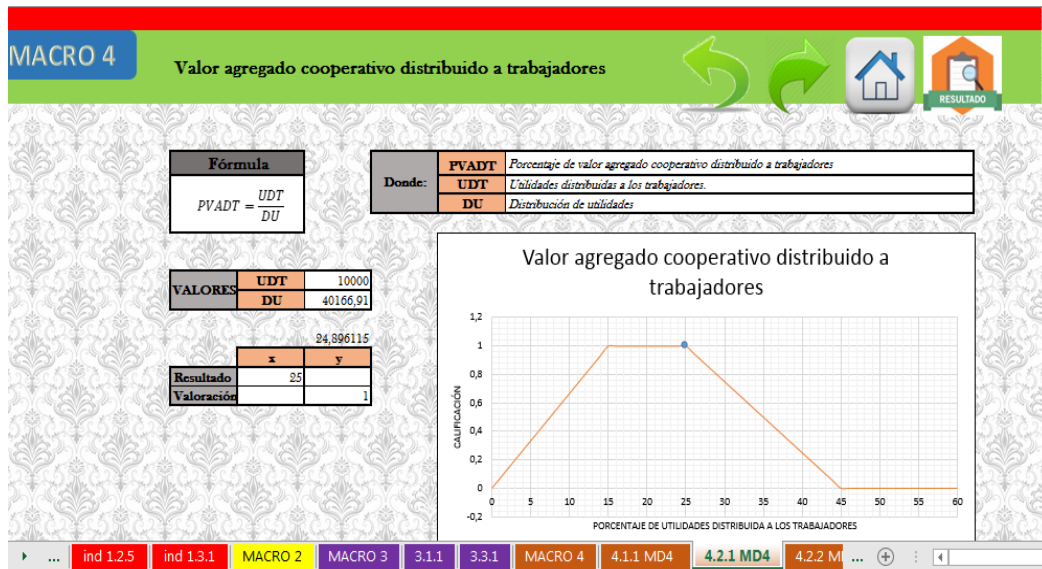


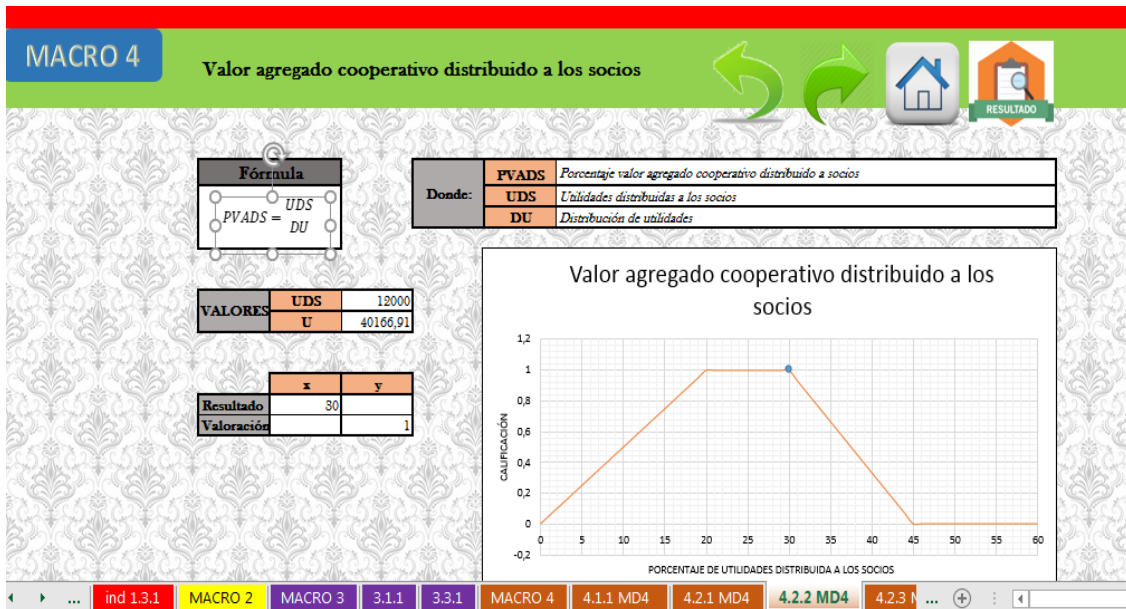
Figura 67. Aportes de socios

En la gráfica se puede observar al indicador de “Aportes de socios”, con su respectiva fórmula de cálculo en la cual se detallan los elementos de la misma, además, se puede apreciar la respectiva curva de utilidad y la localización punto de calificación según el cálculo realizado.



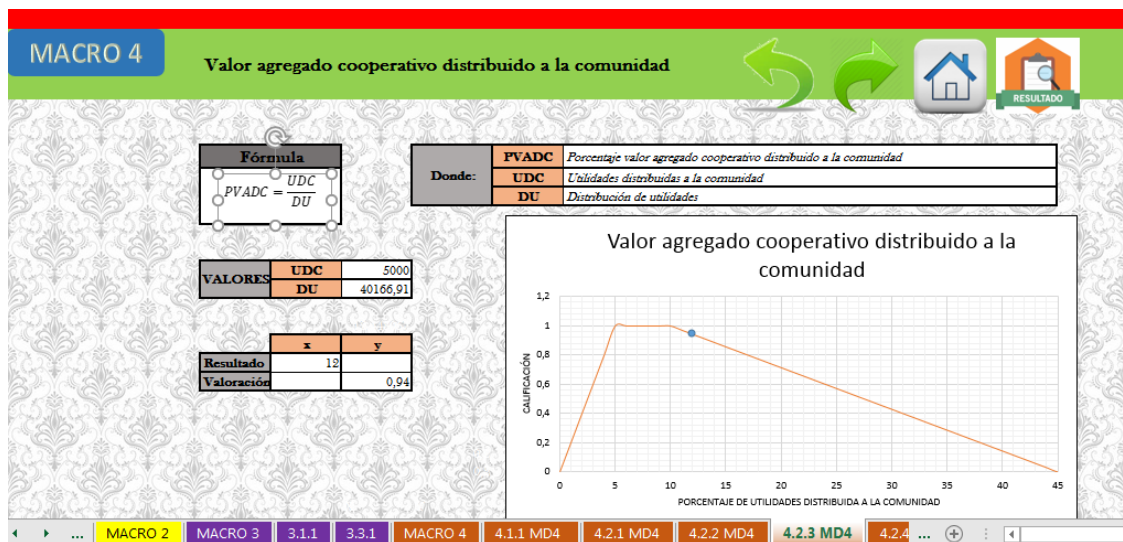
**Figura 68. Valor agregado cooperativo ha distribuido a trabajadores**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respecta al valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva gráfica para mayor entendimiento.



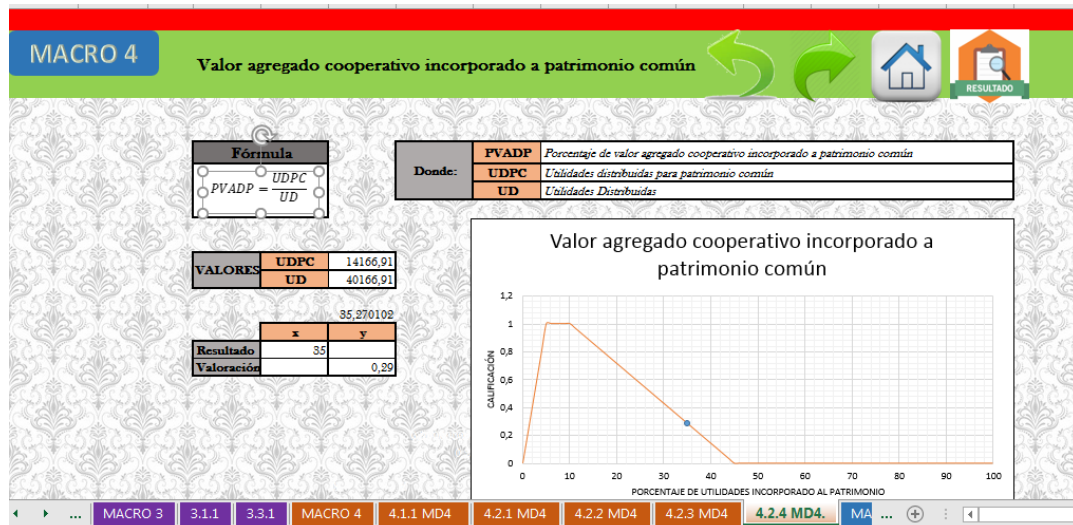
**Figura 69. Valor agregado cooperativo ha distribuido a los socios**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respecta al Valor agregado cooperativo ha distribuido a los socios. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 70. Valor agregado cooperativo ha distribuido a la comunidad**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respecta al Valor agregado cooperativo ha distribuido a la comunidad. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 71. Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respecta al Valor agregado cooperativo ha distribuido a la comunidad. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.

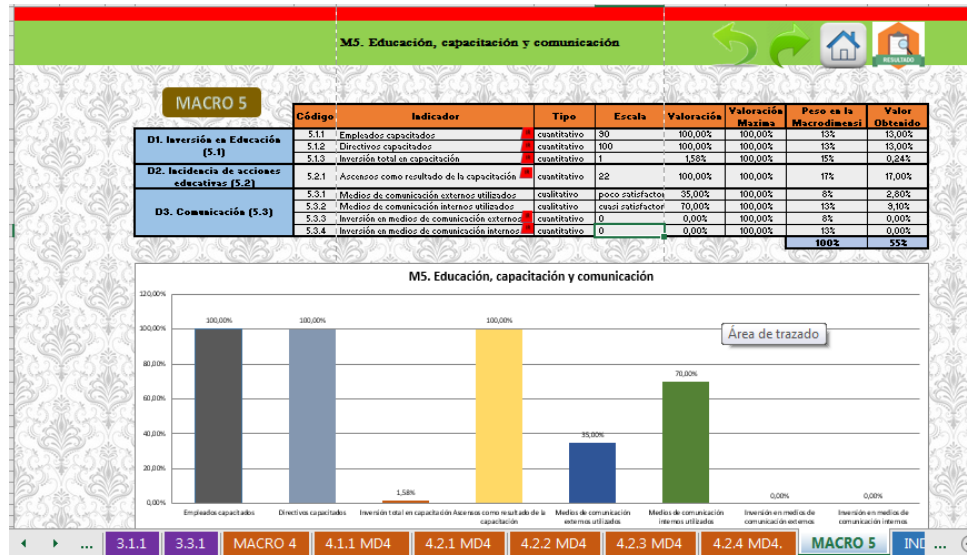


Figura 72. MACRODIMENSIÓN 5

Con respecto a la MACRODIMENSIÓN 5 podemos distinguir una evaluación a cada asociación de estudio con su respectiva representación gráfica para su mejor entendimiento.

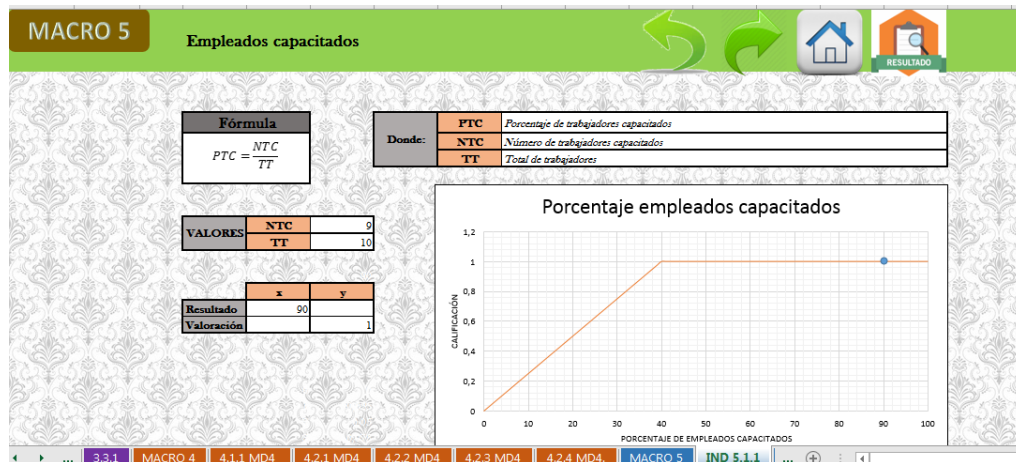
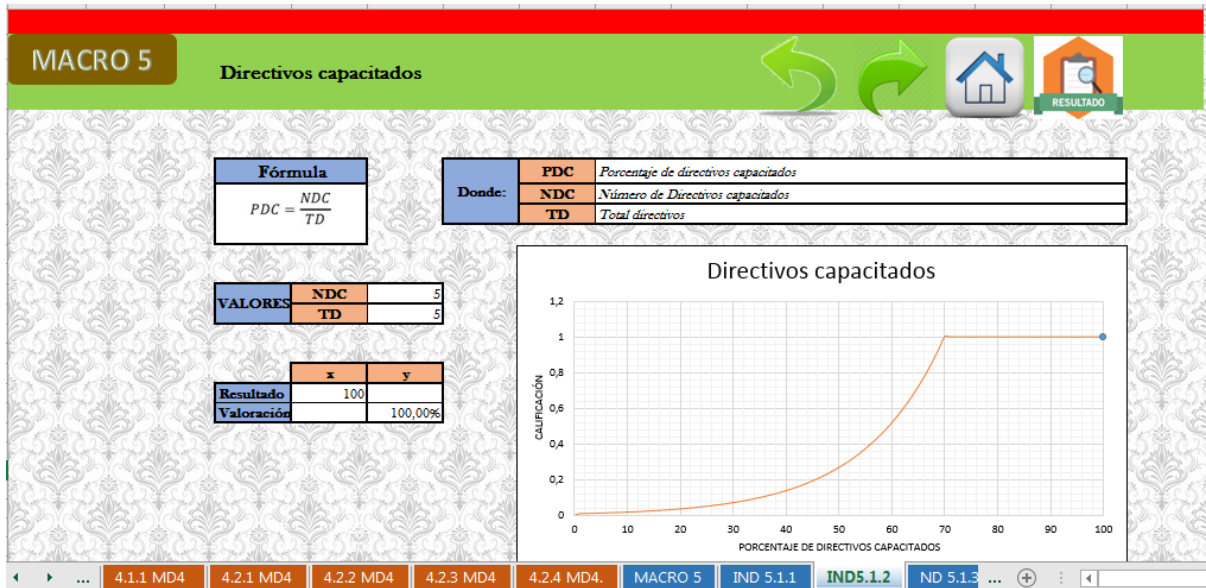


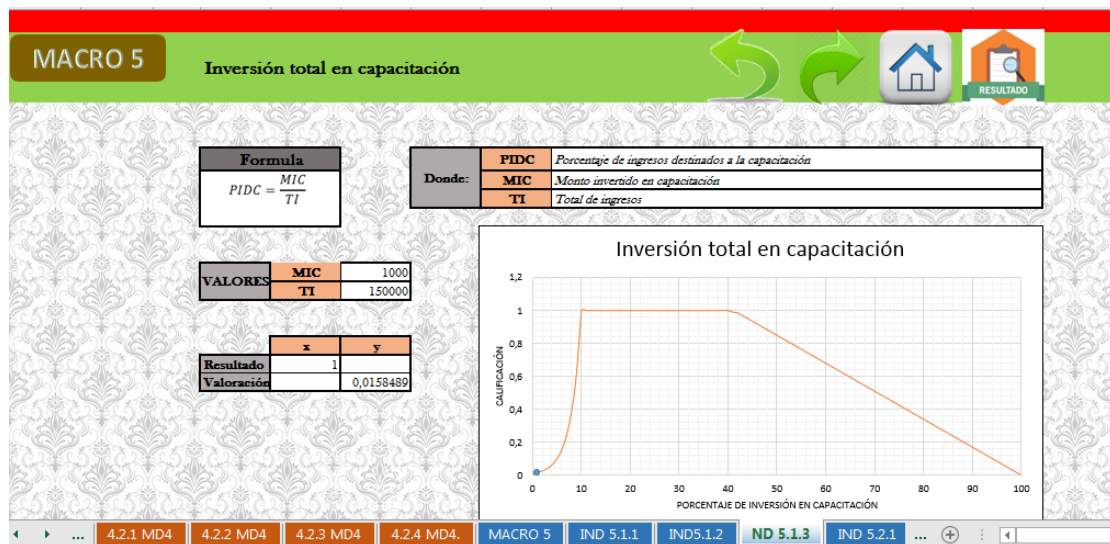
Figura 73. Porcentaje empleados capacitados

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respecta al Porcentaje empleados capacitados. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 74. Directivos capacitados**

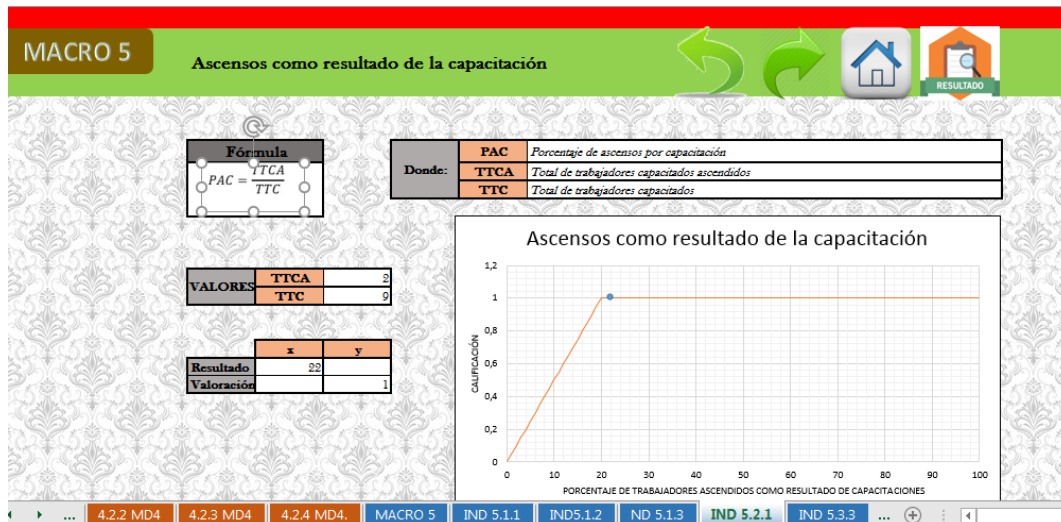
En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respecta a directivos capacitados. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 75. Inversión total en capacitación**

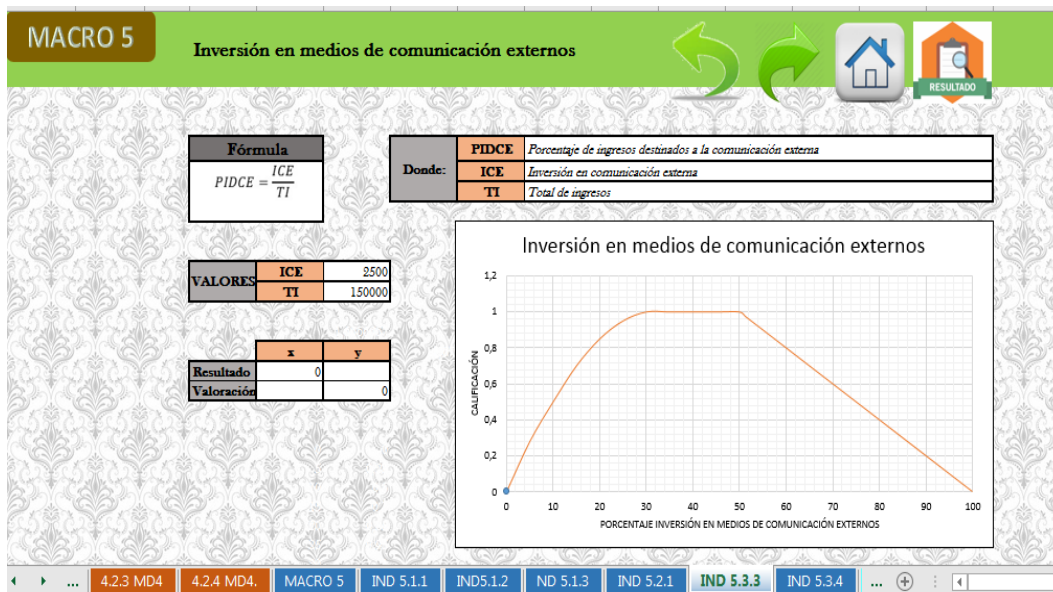
En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respecta a inversión total en capacitación. Además, permite

diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



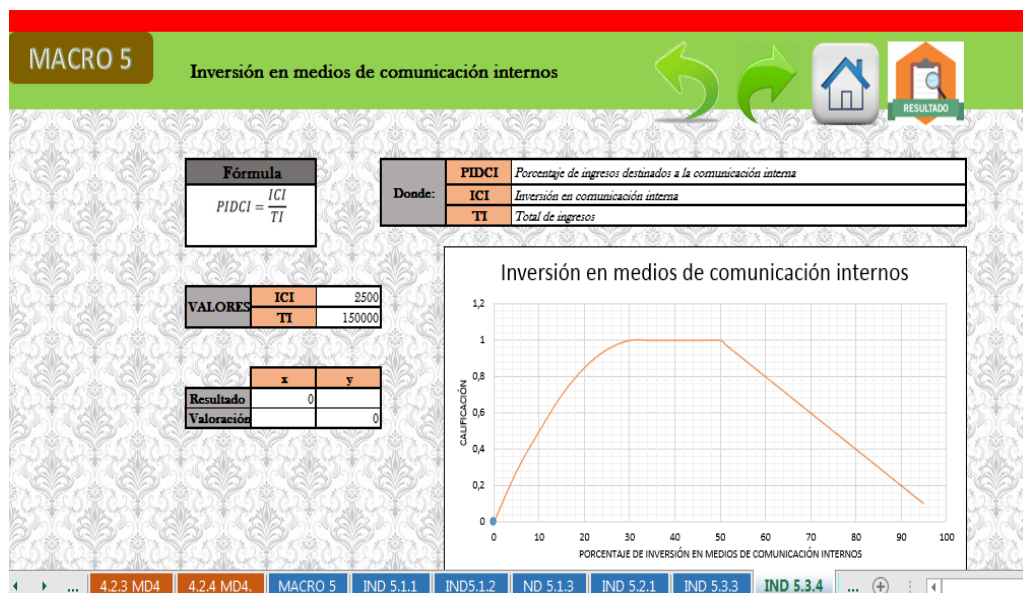
**Figura 76. Ascensos como resultado de la capacitación**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a ascensos como resultado de la capacitación. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 77. Inversión en medios de comunicación externos**

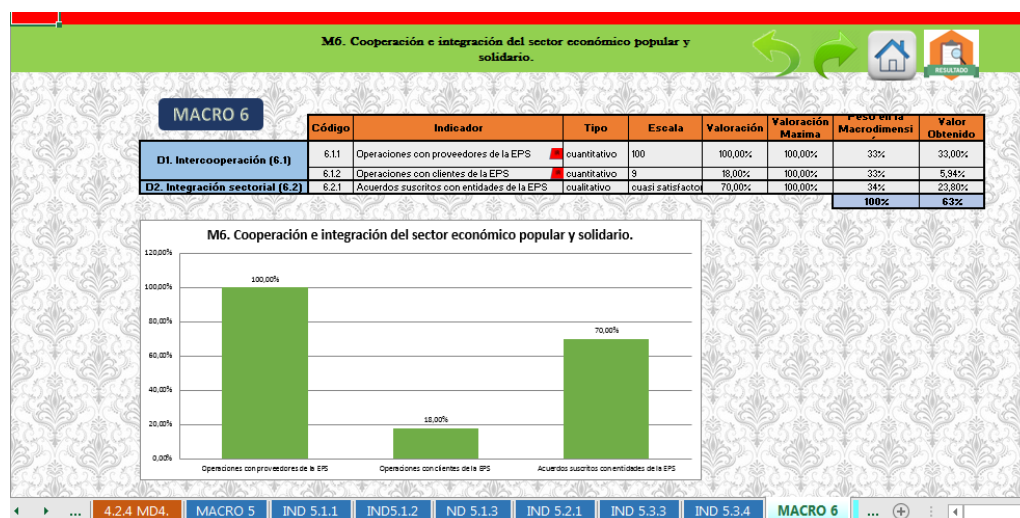
En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a inversión en medios de comunicación externos. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 78. Inversión en medios de comunicación internos**

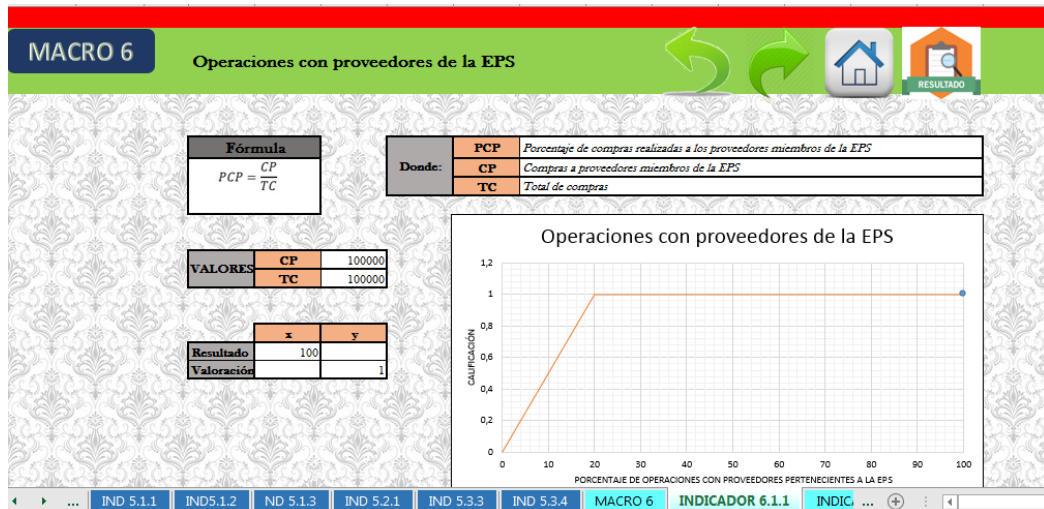


En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a inversión en medios de comunicación internos. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



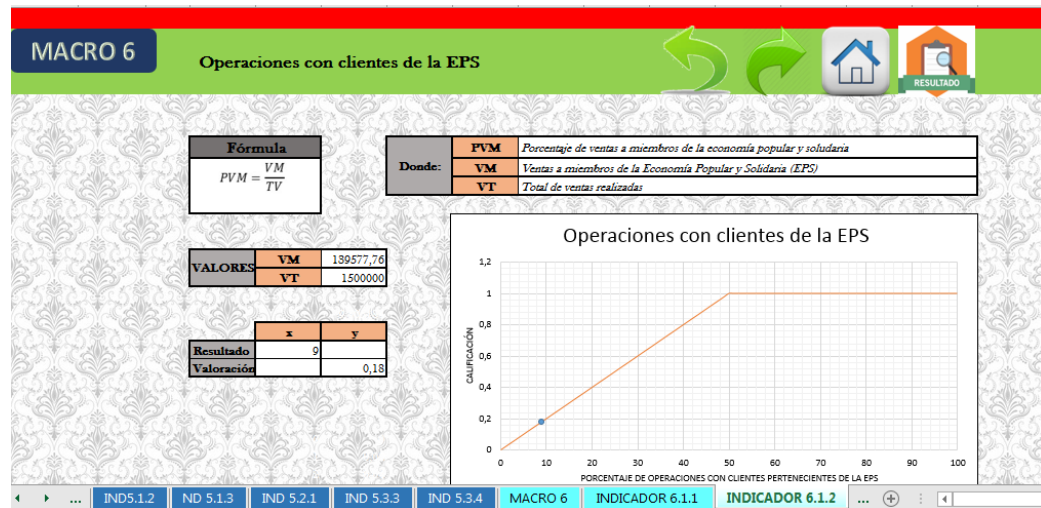
**Figura 79. Macrodimensión 6**

Con respecto a la MACRODIMENSIÓN 6 podemos distinguir una evaluación dirigida a la asociación de estudio con su respectiva representación gráfica para su mejor entendimiento.



**Figura 80. Operaciones con proveedores de la EPS**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a inversión en medios de comunicación internos. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 81. Operaciones con clientes de la EPS**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a operaciones con clientes de la EPS. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y

consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.

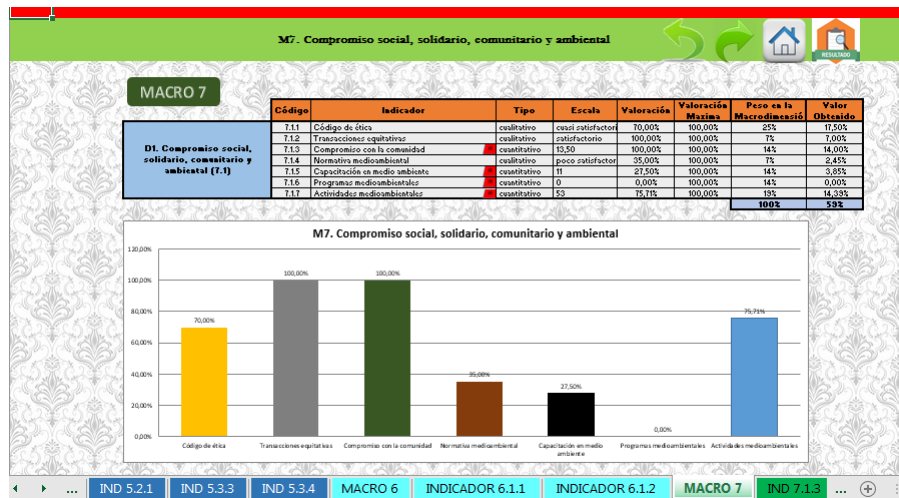


Figura 82. MACRODIMENSIÓN 7

Con respecto a la MACRODIMENSIÓN 7 podemos distinguir una evaluación dirigida a la asociación de estudio con su respectiva representación gráfica para su mejor entendimiento.

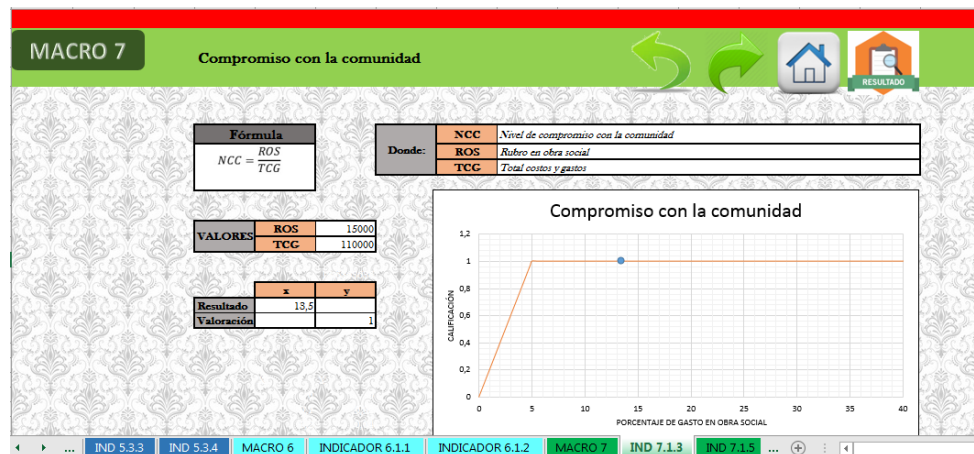
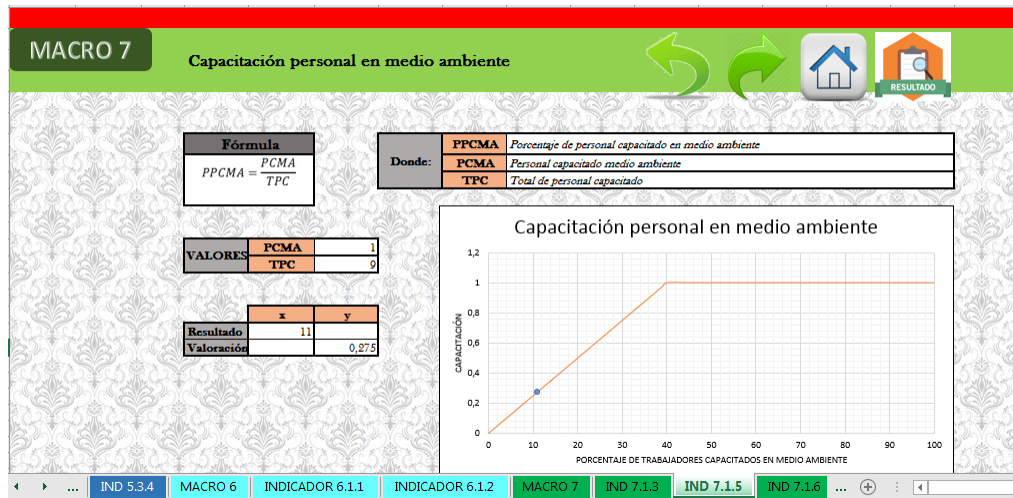


Figura 83. Compromiso con la comunidad

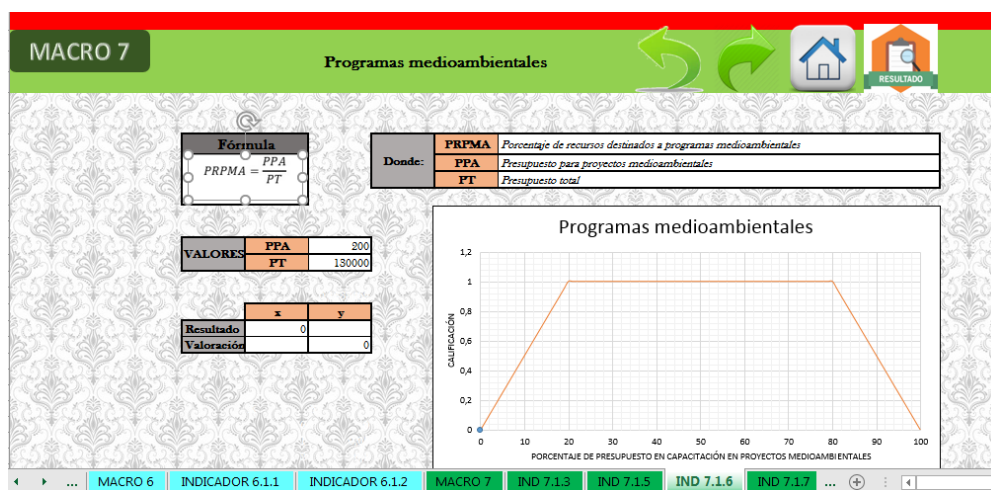
En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a compromiso con la comunidad. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y

consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



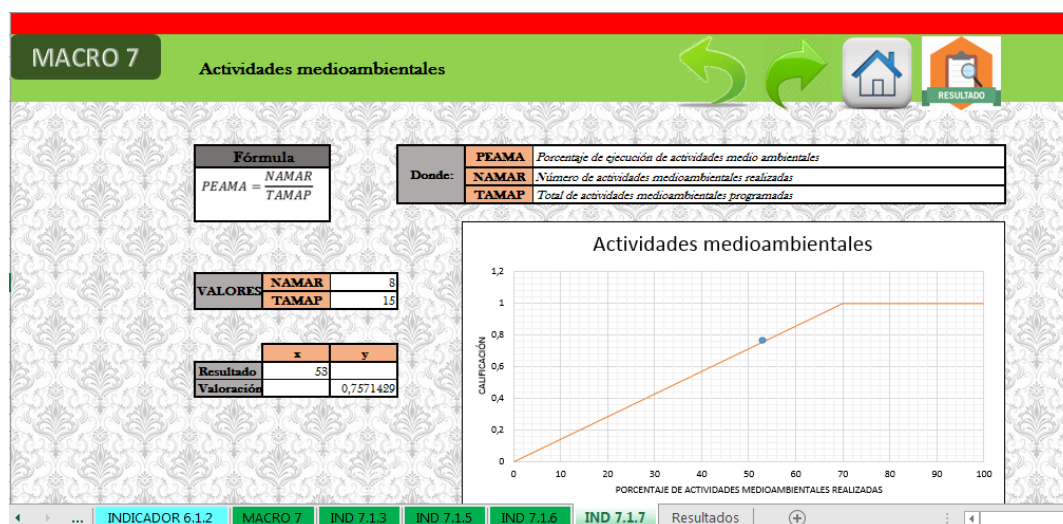
**Figura 84. Capacitación personal en medio ambiente**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a capacitación personal en medio ambiente. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 85. Programas medioambientales**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a programas medioambientales. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.



**Figura 86. Actividades medioambientales**

En la siguiente gráfica se puede distinguir cada una de las fórmulas y lo que representa cada sigla, con lo que respectan a actividades medioambientales. Además, permite diferenciar los espacios fijados para el ingreso de información, valoración y consecuentemente nos indica los resultados obtenidos con su respectiva grafica para mayor entendimiento.

### 5.5. Desarrollo de un plan estratégico y balanced scorecard para el caso de estudio

Según (Barba & García, 2011) el balanced scorecard es una herramienta de evaluación estratégica que fue creada en 1992 por Rober Kaplan y David Norton, quienes fueron Profesores de Harvard Business School. Sus siglas BSC traducidas al español significa “Indicadores Balanceados de Desempeño”, el BSC es conocido también como cuadro de mando integral como su nombre lo indica se lo realiza mediante indicadores de medición mediante objetivos estratégicos establecido en cuatro perspectivas que son:

1. Clientes
2. Financiera
3. Procesos internos, y
4. Crecimiento y aprendizaje

Para la presente investigación se ha desarrollado un plan estratégico para el caso de estudio, adicionalmente se ha desarrollado un cuadro de mando integral - Balanced Scorecard apoyado en los de los indicadores establecidos en el Balance Social. La siguiente planificación estratégica consta de:

- Misión, visión y valores
- Matriz DAFO
- objetivos estratégicos
- Plan de acción, y
- Cuadro de mando integral.

El ejemplo aplicativo se realizará a una de las asociaciones textiles.

### 5.5.1. Misión, visión y valores

Según (Orderes, 2015) establecer estos tres puntos en una organización es de vital importancia ya que gracias a la misión visión y valores podemos establecer quienes somos a donde vamos y cuál es la cultura con la que la organización cuenta.

**Tabla 33.**  
**Misión, visión y valores**

<b>MISIÓN</b>
<p>Gestionar políticas de desarrollo sostenible y medio ambiente en las asociaciones textiles del cantón Latacunga, contribuyendo a niveles tecnológicos, académicos, culturales, y económicos a la sociedad</p>
<b>VISIÓN</b>

CONTINÚA 

Al 2023 ser promotor de buenas prácticas de Responsabilidad Solidaria asociativa y transparencia social a través de la difusión del Balance Social en las asociaciones textiles

#### VALORES

- \* Respeto a: Equidad de género, Igualdad social
- \* Responsable: con la comunidad, con el medio ambiente, con sus obligaciones con el Estado, con sus obligaciones con sus socios y trabajadores.
- \* Solidaridad: Con otros miembros pertenecientes y no pertenecientes a la Economía Popular y solidaria, con los socios.

### 5.5.2. Matriz DAFO

Según (Promove Consultoria e Formación SLNE, 2012) la siguiente matriz hace un análisis de las fortalezas y debilidades de la organización considerándose a estas como factores internos, a su vez analiza las amenazas y oportunidades de la misma considerándose a estos como factores externos.

**Tabla 34.**  
**Matriz FODA**

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
* Compartimiento de conocimientos entre socios * Cooperación entre socios * Distribución equitativa de las unidades de producción entre los socios * Buena conciencia social	* Poca conciencia ambiental * Debilidades en la comunicación * Escasa participación con los miembros de los EPS * Falta de inversión en capacitación	* Amplitud de mercado * Poder de negociación con los proveedores como organización * Facilidades para realizar contratos con el Estado * Posibilidades para realizar contratos con instituciones privadas.	* Corrupción * Incremento de importaciones textiles * Reducción de la inversión estatal * Cambio de las tasas crediticias y fiscales.

**Tabla 35.**  
**Matriz DAFO**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<p>*Desarrollar un modelo gestión eficiente para atención a las necesidades de los clientes, mediante la compilación de los conocimientos técnicos de cada socio.</p> <p>*Distribuir los unidades de producción en base a las cualidades operativas de cada socio.</p> <p>* Aprovechar ventajas comparativas relacionadas con el poder social de la asociación</p>	<p>*Distribuir los unidades de producción en base a los conocimientos de cada socio.</p> <p>*Reutilizar material desperdiciado para atender a otras necesidades de los clientes. *Aprovechar los montos de las ventas para la creación de fondos destinados a la capacitación de los miembros de la asociación.</p> <p>*Apoyarse en otros miembros de la EPS para desarrollar en conjunto actividades medioambientales</p>
<b>AMENAZAS</b>	<p>*Aprovechar el poder social de la asociación para presionar e impulsar la transparencia y ética en los diferentes procesos ejecutados por funcionarios públicos, evitando que la acción de los mismos puedan generar pérdidas e injusticias en el sector textil.</p> <p>*Ejercer presión social para motivar el consumo nacional de productos textiles.</p> <p>*Pujar por blindajes especiales contra los cambios en las tasas crediticias e impositivas.</p> <p>*Mantener la distribución equitativa de las unidades de producción con el fin de minimizar los impactos económicos que puedan afectar a los establecimientos textiles en casos de reducción de la inversión estatal en estos rubros.</p>	<p>*Gestionar operaciones con otros miembros de la EPS para afrontar potenciales pérdidas por el ingreso de productos textiles extranjeros.</p> <p>*Optimizar el uso de los medios de comunicación con el fin de socializar a mayor escala las diferentes necesidades y soluciones a los miembros de la asociación.</p> <p>*Optimizar el uso de los materiales reduciendo desperdicios.</p>

### 5.5.3. Objetivos estratégicos

Aquí se tallan lo que la asociación espera o pretende realizar de acuerdo a las 4 perspectivas mencionadas anteriormente.



**Tabla 36.**  
**Objetivos estratégicos**

<b>PERPECTIVA CLIENTES</b>
fortalecer la imagen de la organización frente al cliente externo, mediante el cumplimiento de acuerdos con organizaciones miembros y no miembros de la EPS y SFPS, mantener un compromiso con la comunidad y desarrollar programas medioambientales
<b>PERPECTIVA FINANCIERA</b>
Gestionar los recursos financieros buscando un repartición equitativa a los socios, trabajadores e incrementar el patrimonio común, a su vez invertir en medios de comunicación internos y externos fortaleciendo la transparencia de las operaciones económicas financieras de la organización
<b>PERPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS</b>
Buscar la estabilidad de los trabajadores de la organización mediante la realización de actividades de esparcimientos, estabilidad laboral , horario de trabajo adecuado, salario digno, además gestionar la participación de los socios en la organización mediante la asistencia a las asambleas
<b>PERPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO</b>
Asignar recursos con el afán de capacitar a socios y empleados en diversos temas de interés uno de ellos el medio ambiente. Como parte del mérito para los ascensos en el caso de los trabajadores se tomara en cuenta las capacitaciones a los cuales estos asistan

#### **5.5.4. Plan estratégico**

Es un documento donde se detallan las actividades a realizar por la asociación según un orden cronológico.

**Tabla 37.**  
**Plan Estratégico**

PLAN DE ACCIÓN	LÍNEA ESTRATÉGICA	ENUNCIADO	FECHA DE ACTUACIÓN	OBJETIVO	EQUIPO IMPLICADO	ACCIONES A DESARROLLAR
Trabajo Comunitario	perspectiva cliente	Incrementar las horas de trabajo comunitario realizado por la organización a la semana	PERÍODOS 2018-2023	Llegar a cumplir de 3 a 5 horas de trabajo comunitario a la semana	Todo el personal de asociación	Creando proyectos de trabajo comunitario
Acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS y SFPS	perspectiva cliente	Realizar acuerdos con organizaciones no miembros de la EPS y SFPS	PERÍODOS 2018-2023	Mantener porcentajes entre el 10 y 40% de acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS	Directivos de la asociación	Establecer contactos con organizaciones no miembros de la EPS y SFPS
Valor agregado cooperativo distribuido a la comunidad	perspectiva cliente	Destinar un porcentaje de utilidades hacia el beneficio de la comunidad	PERÍODOS 2018-2023	Mantener porcentajes entre el 5 y 10% de las utilidades destinados a la comunidad	Directivos de la asociación	Realizar un fondo de las utilidades para el beneficio de la comunidad
Operaciones con proveedores de la EPS	perspectiva cliente	Apoyar económicamente a proveedores miembros de la EPS	PERÍODOS 2018-2023	Mantener un porcentaje entre el 20 y 100% de compras realizadas a proveedores de la EPS	Directivos de la asociación	Adquirir la materia prima de los proveedores miembros de la EPS
Operaciones con clientes de la EPS	perspectiva cliente	Atender las necesidades de clientes miembros de la EPS	PERÍODOS 2018-2023	Mantener un porcentaje entre 50 y 100% de clientes miembros de la EPS	Directivos de la asociación	Realizar ventas a clientes miembros de la EPS
Compromiso con la comunidad	perspectiva cliente	Destinar parte de los costos y gastos a rubros de obra social	PERÍODOS 2018-2023	Destinar un porcentaje más del 5% a realizar obras sociales	Todos los miembros de la asociación	Realizar programas de obra social

CONTINÚA 

Programas medioambientales	perspectiva cliente	Asignar fondos presupuestarios a la realización de programas medioambientales	PERÍODOS 2018-2023	Destinar entre el 20 y 80% del presupuesto a programas medioambientales	Todos los miembros de la asociación	Gestionar programas medioambientales
Actividades medioambientales	perspectiva cliente	Medir el nivel de cumplimiento de las actividades medioambientales programadas	PERÍODOS 2018-2023	Cumplir con al menos el 70% de las actividades medioambientales programadas	Todos los miembros de la asociación	Controlar la agenda de actividades medioambientales programadas
Aportes de socios	perspectiva financiera	Regular el aporte de capital que realiza cada socio	PERÍODOS 2018-2023	mantener un nivel máximo de aporte por cada socio	Socios de la asociación	Controlar el aporte realizado por los socios
Valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores	perspectiva financiera	Destinar parte de las utilidades a los trabajadores	PERÍODOS 2018-2023	Destinar entre un 15 al 25% de las utilidades a los trabajadores	Directivos de la asociación	Elaborar Informes financieros
Valor agregado cooperativo distribuido a los socios	perspectiva financiera	Destinar parte de las utilidades a los socios	PERÍODOS 2018-2023	Destinar entre un 20 al 30% de las utilidades a los trabajadores	Directivos de la asociación	Elaborar Informes financieros
Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común	perspectiva financiera	Destinar parte de las utilidades al patrimonio común	PERÍODOS 2018-2023	Destinar entre un 5 al 10% de las utilidades a los trabajadores	Directivos de la asociación	Elaborar Informes financieros
Inversión en medios de comunicación externos	perspectiva financiera	Destinar parte de los ingresos al medios de comunicación externos	PERÍODOS 2018-2023	Destinar entre un 30 al 50% en comunicación externos	Directivos de la asociación	Elaborar Informes financieros
Inversión en medios de comunicación internos	perspectiva financiera	Destinar parte de los ingresos al medios de comunicación internos	PERÍODOS 2018-2023	Destinar entre un 30 al 50% en comunicación internos	Directivos de la asociación	Elaborar Informes financieros
Trabajadores despedidos	perspectiva procesos internos	Controlar el despidos de trabajadores	PERÍODOS 2018-2023	Mantener a menos un 90% de los trabajadores	Directivos de la asociación	Llevar un control de recursos humanos

Horas hombre	perspectiva procesos internos	Regular las horas trabajadas por cada empleado a la semana	PERÍODOS 2018-2023	mantenerse entre 40 y 60 horas de trabajo	Los trabajadores de la asociación	Llevar un control de las horas trabajadas por cada empleado
Remuneración Digna	perspectiva procesos internos	Otorgar a los trabajadores un salario competente	PERÍODOS 2018-2023	que cada trabajador gane por lo menos un promedio de \$500 mensuales	Directivos de la asociación	Revisar los roles de pago
Recreación, Ocio, Esparcimiento	perspectiva procesos internos	Mantener al trabajador en buen estado físico emocional	PERÍODOS 2018-2023	Realizar un promedio de 2 a 4 horas semanales de esparcimiento	Los trabajadores de la asociación	Realizar actividades de esparcimiento
Asambleas asistidas	perspectiva procesos internos	Controlar la asistencia de los socios a las asambleas realizadas	PERÍODOS 2018-2023	que haya un 70% de asistencia de los socios a las asambleas	Socios de la asociación	Controlar las actas de las asambleas
Empleados capacitados	Perspectiva aprendizaje y crecimiento	Capacitar a los empleados	PERÍODOS 2018-2023	Que por lo menos un 40% de los empleados tengan capacitaciones	Los trabajadores de la asociación	Realizar programas de capacitaciones
Directivos capacitados	Perspectiva aprendizaje y crecimiento	Capacitar a los directivos	PERÍODOS 2018-2023	Capacitar al menos un 70% de los directivos	Directivos de la asociación	Realizar programas de capacitaciones
Inversión total en capacitación	Perspectiva aprendizaje y crecimiento	Destinará un porcentaje de los ingresos en capacitaciones para el personal	PERÍODOS 2018-2023	Destinar entre el 10 y 40% de los ingresos a capacitaciones	Todos los miembros de la asociación	Crear un fondo para realizar programas de capacitaciones
Ascensos como resultado de la capacitación	Perspectiva aprendizaje y crecimiento	Generar un incentivo a los trabajadores para que asistan a las capacitaciones	PERÍODOS 2018-2023	Ascender por lo menos al 205 de los trabajadores capacitados	Directivos de la asociación	Generar nuevas unidades de trabajo
Capacitación en medio ambiente	Perspectiva aprendizaje y crecimiento	Generar conciencia ambiental en el personal	PERÍODOS 2018-2023	Por lo menos un 40% del personal sea capacitado en medio ambiente	Los trabajadores de la asociación	Realizar capacitaciones medioambientales dentro de la organización

## 5.5.5. Cuadro de mando integral o BSC

**Tabla 38.**  
**Cuadro de mando integral**

<b>PERPECTIVA CLIENTE</b>				
<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>KPI/ INDICADOR</b>	<b>META</b>	<b>INICITIVA MEDIO</b>
1.2.5 Trabajo Comunitario	Incrementar las horas de trabajo comunitario realizado por la organización a la semana	$TC = \frac{NHTC}{TT}$	Llegar a cumplir de 3 a 5 horas de trabajo comunitario a la semana	Creando proyectos de trabajo comunitario
3.3.1 Acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS y SFPS	Realizar acuerdos con organizaciones no miembros de la EPS y SFPS	$PAO = \frac{AO}{TA}$	Mantener porcentajes entre el 10 y 40% de acuerdos o convenios con otras organizaciones no miembros de la EPS	Establecer contactos con organizaciones no miembros de la EPS y SFPS
4.2.3 Valor agregado cooperativo distribuido a la comunidad	Destinar un porcentaje de utilidades hacia el beneficio de la comunidad	$PVADC = \frac{UDC}{DU}$	Mantener porcentajes entre el 5 y 10% de las utilidades destinados a la comunidad	Realizar un fondo de las utilidades para el benéfico de la comunidad
6.1.1 Operaciones con proveedores de la EPS	Apoyar económicamente a proveedores miembros de la EPS	$PCP = \frac{CP}{TC}$	Mantener un porcentaje entre el 20 y 100% de compras realizadas a proveedores de la EPS	Adquirir la materia prima de los proveedores miembros de la EPS
6.1.2 Operaciones con clientes de la EPS	Atender las necesidades de clientes miembros de la EPS	$PVM = \frac{VM}{TV}$	Mantener un porcentaje entre 50 y 100% de clientes miembros de la EPS	Realizar ventas a clientes miembros de la EPS
7.1.3 Compromiso con la comunidad	Destinar parte de los costos y gastos a rubros de obra social	$NCC = \frac{ROS}{TCG}$	Destinar un porcentaje más del 5% a realizar obras sociales	Realizar programas de obra social

CONTINÚA 

7.1.6	Programas medioambientales	Asignar fondos presupuestarios a la realización de programas medioambientales	$PRPMA = \frac{PPA}{PT}$	Destinar entre el 20 y 80% del presupuesto a programas medioambientales	Gestionar programas medioambientales
7.1.7	Actividades medioambientales	Medir el nivel de cumplimiento de las actividades medioambientales programadas	$PEAMA = \frac{NAMAR}{TAMAP}$	Cumplir con al menos el 70% de las actividades medioambientales programadas	Controlar la agenda de actividades medioambientales programadas
<b>PERPECTIVA FINANCIERA</b>					
4.1.1	Aportes de socios	Regular el aporte de capital que realiza cada socio	$PAS = \frac{100}{ATS}$	mantener un nivel máximo de aporte por cada socio	Controlar el aporte realizado por los socios
4.2.1	Valor agregado cooperativo distribuido a trabajadores	Destinar parte de las utilidades a los trabajadores	$PVADT = \frac{UDT}{DU}$	Destinar entre un 15 al 25% de las utilidades a los trabajadores	Elaborar Informes financiero
4.2.2	Valor agregado cooperativo distribuido a los socios	Destinar parte de las utilidades a los socios	$PVADS = \frac{UDS}{DU}$	Destinar entre un 20 al 30% de las utilidades a los trabajadores	Elaborar Informes financiero
4.2.4	Valor agregado cooperativo incorporado a patrimonio común	Destinar parte de las utilidades al patrimonio común	$PVADP = \frac{UDPC}{UD}$	Destinar entre un 5 al 10% de las utilidades a los trabajadores	Elaborar Informes financiero
5.3.3	Inversión en medios de comunicación externos	Destinar parte de los ingresos al medios de comunicación externos	$PIDCE = \frac{ICE}{TI}$	Destinar entre un 30 al 50% en comunicación externos	Elaborar Informes financiero
5.3.4	Inversión en medios de comunicación internos	Destinar parte de los ingresos al medios de comunicación internos	$PIDCI = \frac{ICI}{TI}$	Destinar entre un 30 al 50% en comunicación internos	Elaborar Informes financiero
<b>PERSPECTIVA PROCESOS INTERNOS</b>					
1.1.2	Trabajadores despedidos	Controlar el despidos de trabajadores	$PTD = \frac{TD}{TT} \times 100$	Mantener a menos un 90% de los trabajadores	Llevar un control de recursos humanos

CONTINÚA →

1.1.3	Horas hombre	Regular las horas trabajadas por cada empleado a la semana	$RHH = \frac{NHL}{TT}$	mantenerse entre 40 y 60 horas de trabajo	Llevar un control de las horas trabajadas por cada empleado
1.1.4	Remuneración Digna	Otorgar a los trabajadores un salario competente	$RD = \frac{SSM}{TT}$	que cada trabajador gane por lo menos un promedio de \$500 mensuales	Revisar los roles de pago
1.3.1	Recreación, Ocio, Esparcimiento	Mantener al trabajador en buen estado físico emocional	$RE = \frac{HRE}{TT}$	Realizar un promedio de 2 a 4 horas semanales de esparcimiento	Realizar actividades de esparcimiento
3.1.1	Asambleas asistidas	Controlar la asistencia de los socios a las asambleas realizadas	$PAS = \frac{NSA}{TSC}$	que haya un 70% de asistencia de los socios a las asambleas	Controlar las actas de las asambleas
<b>PERPECTIVA APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO</b>					
5.1.1	Empleados capacitados	Capacitar a los empleados	$PTC = \frac{NTC}{TT}$	Que por lo menos un 40% de los empleados tengan capacitaciones	Realizar programas de capacitaciones
5.1.2	Directivos capacitados	Capacitar a los directivos	$PDC = \frac{NDC}{TD}$	Capacitar al menos un 70% de los directivos	Realizar programas de capacitaciones
5.1.3	Inversión total en capacitación	Destinar un porcentaje de los ingresos en capacitaciones para el personal	$PIDC = \frac{MIC}{TI}$	Destinar entre el 10 y 40% de los ingresos a capacitaciones	Crear un fondo para realizar programas de capacitaciones
5.2.1	Ascensos como resultado de la capacitación	Generar un incentivo a los trabajadores para que asistan a las capacitaciones	$PAC = \frac{TTCA}{TTC}$	Ascender por lo menos al 205 de los trabajadores capacitados	Generar nuevas unidades de trabajo
7.1.5	Capacitación en medio ambiente	Generar conciencia ambiental en el personal	$PPCMA = \frac{PCMA}{TPC}$	Por lo menos un 40% del personal sea capacitado en medio ambiente	Realizar capacitaciones medioambientales dentro de la organización

## CONCLUSIONES

Al finalizar la actual investigación se identificaron varios aspectos en cuanto a la responsabilidad solidaria asociativa y el balance social en las asociaciones textiles, los cuales mencionaremos a continuación:

- Varios investigadores han determinado que en el Ecuador y en América Latina la aplicación de la Responsabilidad Solidaria Asociativa es básica, existen deficiencias en su ejecución en más del 60% de las empresas.
- Los resultados reflejan que los conocimientos sobre la RSA no han llegado aún a todos integrantes de este sector de la economía popular y solidaria, pues solo el 48,8% de los encuestados si conocen sobre la Responsabilidad Solidaria Asociativa, los mismos han asegurado que sus respectivas asociaciones si manejan estos términos dentro de sus operaciones. Además, el 74,4% de los propietarios de los establecimientos textiles desconoce sobre el Balance Social, el 25,6% en cambio si conoce sobre este tema.
- Basándose en las dimensiones que conlleva la Responsabilidad Social, los socios de las asociaciones textiles dan una mayor preferencia a la dimensión económica 63,4% de los encuestados considerando a la Responsabilidad Solidaria como un factor determinante para la estabilidad económica. Otros 24,4% apuntan a la dimensión social como punto mejorado, las políticas de Responsabilidad Solidaria hacen énfasis el desarrollo social interno y externo. El 4,9% considera que se mejoran los aspectos ambientales ya que la responsabilidad Solidaria impulsa a las asociaciones reducir daños al medio ambiente, 7,3% de los encuestados- que consideran que la Responsabilidad Solidaria no mejora nada.
- El 48,8% de los dueños de los establecimientos menciona a la calidad de los productos comercializados como la principal razón para adquirir su producción. El 45,1% menciona a la buena atención como táctica elemental para satisfacer a la clientela. Mientras que un reducido 6,1% de los encuestados apuntan al comercio justo como gran motivo para adquirir sus productos por parte de los clientes
- En el caso de estudio, al aplicar el simulador de balance social a una de las asociaciones textiles, se observa un rendimiento cuasi satisfactorio en los indicadores generales (7 macrodimensiones), sin embargo en la dimensión de



compromiso, comunitario y ambiental se obtiene una calificación poco satisfactoria a razón del desinterés en los temas medioambientales por parte de la organización.

## RECOMENDACIONES

El actual proyecto en base a las diferentes falencias detectadas en cuanto a la aplicación de la responsabilidad solidaria asociativa y el desarrollo del balance social en las asociaciones textiles, da las siguientes recomendaciones:

- Se deben desarrollar estrategias a nivel gubernamental para incentivar a las asociaciones a cumplir con su responsabilidad solidaria asociativa.
- Los esfuerzos por difundir estas prácticas no deben decaer. A través de organismos como la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) e instituciones de educación superior se debe fortalecer en temas de educación a las asociaciones textiles existentes en el cantón sobre que es responsabilidad solidaria asociativa y sobre la importancia de su práctica, así mismo sobre cómo elaborar un balance social para lo cual el presente proyecto entrega un modelo adecuado en base las necesidades del sector.
- Los socios de las asociaciones deben tomar también en cuenta otros factores ajenos a los económicos como armonía laboral y familiar de sus trabajadores, seguridad e higiene en el trabajo, integración con la comunidad, protección ambiental entre otros. Mediante los organismos de control como la superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) y el Ministerio del Ambiente se debe impulsar la realización de auditorías ambientales en las asociaciones textiles como punto de fortalecimiento a las de responsabilidad solidaria.
- Es necesario fortalecer la producción de calidad y la buena atención para obtener ventajas comparativas en cuanto a la preferencia de los clientes.
- Se debe fomentar la elaboración de balances Sociales en las asociaciones textiles existentes, para que estas puedan informar a la sociedad, la situación de las mismas en temas de responsabilidad solidaria asociativa. Los socios deben revisar las especificaciones técnicas con el fin de manipular adecuadamente el simulador desarrollado en el actual proyecto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, V. H. (12 de 08 de 2008). *Amazon Web Services*. Recuperado el 18 de 12 de 2017, obtenido de Sitio Web de Amazon:  
[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas\\_e\\_Instrumentos\\_Material\\_de\\_clases\\_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1517426690&Signature=j5WjeSffu6YFGlp%2B6zb6jgfaH2k%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clases_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1517426690&Signature=j5WjeSffu6YFGlp%2B6zb6jgfaH2k%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3)
- Aguilar Poaquiza, J. B., Ávalos Reyes, J. A., Sánchez Salazar, M. E., Cevallos Silva, W. P., & Ávalos Peñafiel, V. G. (30 de Abril de 2017). *Observatorio Economía Latinoamericana: EUMED*. Recuperado el 17 de Octubre de 2017, obtenido de Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Políticas EUMED:  
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/economia-popular-ecuador.htm>
- Asociación de Industrias Textiles. (5 de Enero de 2018). *AITE: Historia y Actualidad*. Recuperado el 2 de Febrero de 2018, obtenido de AITE Sitio Web:  
<http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Aucapiña Maza, J. B., & Sinchi Sinchi, M. F. (15 de Julio de 2012). *Repositorio: Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2017, obtenido de Universidad Politécnica Salesiana:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2417/12/UPS-CT002424.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (30 de Mayo de 2011). *Publicaciones: Banco Interamericano de Desarrollo*. Recuperado el 13 de Octubre de 2017, obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo:  
<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5383/La%20responsabilidad%20social%20de%20la%20empresa%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20.pdf?sequence=1>
- Barba, J. F., & García, J. P. (28 de Junio de 2011). *Documentos: Estrategia Competitiva*. Recuperado el 20 de Febrero de 2018, obtenido de Estrategia Competitiva:  
<https://competitivestrategy404a.files.wordpress.com/2011/06/balance-score-card-informe.pdf>
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación* (Primera ed.). Praia, Cabo Verde: Shalom. Recuperado el 18 de 12 de 2017, obtenido de  
<http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Benalcázar, W. (13 de Octubre de 2015). *El Comercio: Actualidad*. Recuperado el 2 de Febrero de 2018, obtenido de El Comercio Sitio Web:  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/situacion-sector-textil-ecuador-imbabura.html>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). Bogotá: Pearson Education.
- Blanco Jiménez, M., Villalpando Cadena, P., Mendoza Gómez, J., Sáenz López, K. A., Gorjón Gómez, G., Rodríguez García, M., . . . Trillo, D. (04 de 05 de 2016). *Repositorio:*

*Universidad Autónoma de Nuevo León*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2017, obtenido de Universidad Autónoma de Nuevo León:  
[http://eprints.uanl.mx/8565/1/r11\\_3.pdf](http://eprints.uanl.mx/8565/1/r11_3.pdf)

- Blanco, N., & Alvarado, M. E. (2005). Escala de actitud hacia el proceso de investigación científico social. . *Revista de Ciencias Sociales*, 537-544. Recuperado el 19 de 12 de 2017, obtenido de Redalyc Sitio Web: <http://www.redalyc.org/html/280/28011311/>
- Bowen, P. G., & Gond, J.-P. (2013). *Social Responsibilities of the Bussinesman*. Iowa, Iowa, Estados Unidos de América: Universidad de Iowa. Recuperado el 4 de Octubre de 2017, obtenido de  
[https://books.google.com.ec/books/p/university\\_of\\_iowa\\_press?id=ALIPAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books/p/university_of_iowa_press?id=ALIPAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false)
- Cantú Martínez, P. (31 de Diciembre de 2013). *Revista Economía & Sociedad: Universidad Nacional de Costa Rica*. Recuperado el 10 de Octubre de 2017, obtenido de Universidad Nacional de Costa Rica:  
<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/issue/view/516>
- Caroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The Bussines Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 85-105. doi:10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x
- Castañó Gonzales, E. J. (12 de Diciembre de 2011). *Revista lasallista de investigación: Redalyc*. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, obtenido de Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69522607019>
- Cerón Granja, F. M. (10 de Noviembre de 2012). *Repositorio Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Recuperado el 01 de Febrero de 2018, obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador:  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6825/7.36.001269.pdf?sequence=4>
- Comunica RSE. (31 de Octubre de 2012). *Biblioteca: Comunica RSE*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2017, de Comunica RSE:  
[http://www.comunicarseweb.com.ar/sites/default/files/1351615120\\_diez\\_anios\\_rse\\_en\\_argentina.pdf](http://www.comunicarseweb.com.ar/sites/default/files/1351615120_diez_anios_rse_en_argentina.pdf)
- Cruz, A. (10 de Agosto de 2011). *Academia*. Recuperado obtenido el 18 de Octubre de 2017, de Academia:  
[http://www.academia.edu/8922403/La\\_acumulaci%C3%B3n\\_solidaria\\_los\\_retos\\_de\\_la\\_econom%C3%ADa\\_asociativa\\_bajo\\_la\\_mundializaci%C3%B3n\\_del\\_capital](http://www.academia.edu/8922403/La_acumulaci%C3%B3n_solidaria_los_retos_de_la_econom%C3%ADa_asociativa_bajo_la_mundializaci%C3%B3n_del_capital)
- El Comercio. (15 de Marzo de 2017). *El Comercio: Actualidad*. Recuperado el 2 de Febrero de 2018, obtenido de El Comercio Sitio Web:  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/sectortextil-ecuador-feria.html>

- El Comercio. (4 de Enero de 2017). *El Comercio: Actualidad*. Recuperado el 2 de Febrero de 2018, obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/cambios-economia-ecuador-impuestos-comercio.html>
- El Universo. (3 de Marzo de 2015). *El Universo: Economía*. Recuperado el 2 de Febrero de 2018, obtenido de El Universo Sitio Web: <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/06/nota/4627241/ecuador-aplicara-salvaguardias-32-sus-importaciones-durante-15>
- EXPOK. (11 de Septiembre de 2009). *Noticias: EXPOK*. Recuperado el 16 de Octubre de 2017, obtenido de Expoknews: <https://www.expoknews.com/que-es-el-instituto-ethos/>
- FABIOLA, M. (s.f.). Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8537/1/AC-GRT-ESPE-047718.pdf>
- Gómez Bastar, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red Tercer Milenio S.C. Recuperado el 16 de Septiembre de 2017, obtenido de Aliat: [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Gonzalez Litman, T. (1 de Marzo de 2017). *Fashion Network Noticias*. Recuperado el 1 de Febrero de 2018, obtenido de Fashion Network Sitio Web: <http://mx.fashionnetwork.com/news/Ecuador-evolucion-de-la-industria-textil,799601.html#.WnPQLHy23IV>
- Grupo de Fundaciones y Empresas. (31 de Octubre de 2005). *Bolitenes: Grupo de Fundaciones y Empresas*. Recuperado el 8 de Septiembre de 2017, obtenido de Grupo de Fundaciones y Empresas: [http://gdfc.org.ar/intragdf/Prensa05\\_47.PDF](http://gdfc.org.ar/intragdf/Prensa05_47.PDF)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* (Quinta ed.). México: McGRAW-HILL.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Pilar Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL. Recuperado el 15 de Septiembre de 2018, obtenido de Escuela Superior de Guerra Naval: [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20de%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20de%20Edici%C3%B3n.pdf)
- Herrera Gordón, M. A. (30 de Abril de 2017). *Repositorio: Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2017, obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25159/1/T3962i.pdf>
- Holguín Varea, M. R., & Navas Salazar, R. S. (20 de Febrero de 2015). *Repositorio: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, obtenido de Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/9395/1/AC-ESPEL-MAE-0085.pdf>
- INEC. (5 de Septiembre de 2017). *Ecuador en Cifras: Documentos*. Recuperado el 2 de Febrero de 2018, obtenido de Ecuador en Cifras Sitio Web:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>

- Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. (20 de Mayo de 2004). *Contenidos: Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo*. Recuperado el 16 de Octubre de 2017, obtenido de Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo: <http://www.insht.es/portal/site/Insht/menuitem.cfcb9e77253bfa0f42feb10060961ca/?vgnnextoid=1d19bf04b6a03110VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&do=Search&x=0&text=Responsabilidad+social+de+las+empresas.+Modelo+GRI++%28Global+Reporting+Initiative%29&y=0>
- Jácome Zambrano, M. A. (14 de Febrero de 2017). *Repositorio: Universidad de Guayaquil*. Recuperado el 04 de Septiembre de 2017, obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16880/1/TESIS%20DEL%20BALANCE%20SOCIAL.pdf>
- La Estrella de Panamá. (31 de Marzo de 2010). *La Estrella de Panamá: sección de economía*. Recuperado el 1 de Febrero de 2018, obtenido de La Estrella de Panamá sitio web: <http://laestrella.com.pa/economia/estrategia-textil-america-latina/23699534>
- La Hora. (22 de Mayo de 2012). 52% de las empresas busca la responsabilidad social. *Diario La Hora*, pág. 14. Recuperado el 9 de Septiembre de 2017
- León, M. T. (2014). Economía Solidaria y Buen Vivir. Nuevos enfoques para una nueva economía. En Y. Jubeto Ruiz, M. Larrañaga Sarriegi, C. Carrasco Bengoa, M. León Trujillo, Y. Herrero López, C. Salazar de la Torre, . . . E. Pérez Alba, *Sostenibilidad de la vida: Aportaciones desde la Economía Solidaria, Feminista y Ecológica* (L. Institutua, Trad., págs. 43-54). Bilbao, España: Reas Euskadi. Recuperado el 18 de 10 de 2017, obtenido de Universidad Internacional Terre Citoyene: [https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/sostenibilidad\\_0.pdf](https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/sostenibilidad_0.pdf)
- Lerner Helibraun, K. (21 de Enero de 2015). *Artículo: Piensa por futuro*. Recuperado el 10 de Octubre de 2017, obtenido de Piensa por futuro: <http://www.piensaprofuturo.com/articulo/la-super-iso-26000-parte-ii-los-7-principios-de-responsabilidad-social-66>
- Lima Bandeira, M., & López Parra, M. F. (30 de Septiembre de 2012). *Uploads: Red CERES*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2017, obtenido de Red CERES: <http://www.redceres.org/wp-content/uploads/2013/09/Informaci%C3%B3n-Transversal-sobre-la-RSE-Ecuador.pdf>
- Mababu Mukuir, R. (31 de Agosto de 2010). *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones: Redalyc*. Recuperado el 3 de Octubre de 2017, obtenido de Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231316500002>

- Maldonado, J. L. (01 de Diciembre de 2012). *Calameo*. Recuperado el 2 de Febrero de 2018, obtenido de Calameo publicaciones:  
<http://es.calameo.com/read/001846032d493f32a3f95>
- Martínez Salgado , C. (05 de Diciembre de 2011). *Scientific Electrónica Library Online*. Recuperado el 09 de Febrero de 2018, obtenido de Scientific Electrónica Library:  
[https://www.scielo.org/article/ssm/content/raw/?resource\\_ssm\\_path=/media/assets/csc/v17n3/v17n3a06.pdf](https://www.scielo.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/csc/v17n3/v17n3a06.pdf)
- Martínez Sánchez, P. (15 de Noviembre de 2014). *Repositorio: Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 03 de Septiembre de 2017, obtenido de Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7360/1/UPS-CT004309.pdf>
- Méndez Álvarez, C. (2011). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México: Limusa.
- Mora Mulla, F., Marcillo Parra, D., & Aguilar Salazar, D. (14 de Febrero de 2014). *Repositorio: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2017, obtenido de Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE:  
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8537/1/AC-GRT-ESPE-047718.pdf>
- OIT; ANDI; Cámara Junior de Colombia. (2001). *Manual de Balance Social*. Medellín: Organización Internacional de Trabajo. Recuperado el 16 de Octubre de 2017, obtenido de Universidad Nacional de Mar del Plata:  
<https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/01128.pdf>
- Orderes, C. (28 de Abril de 2015). *Documentos: Sociedad de Escuelas Católicas Santo Tomás de Aquino*. Recuperado el 21 de Febrero de 2018, obtenido de Sociedad de Escuelas Católicas Santo Tomás de Aquino:  
[http://www.secst.cl/upfiles/documentos/28042015\\_245pm\\_553ff15bed5f9.pdf](http://www.secst.cl/upfiles/documentos/28042015_245pm_553ff15bed5f9.pdf)
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE NORMALIZACIÓN. (2010). ISO 26000:2010, Guía de Responsabilidad Social. Ginebra, Suiza.
- Organización Internacional de Normalización. (30 de Noviembre de 2010). *Consultas: Organización Internacional de Normalización*. Recuperado el 9 de Octubre de 2017, obtenido de Organización Internacional de Normalización:  
<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Ortega Tinajero, J. P. (Enero de 2014). Caso de estudio en la implementación del balance social en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Textil 14 de marzo. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ortega Tinajero, J. P. (31 de Enero de 2014). *Repositorio: FLACSO Andes*. Recuperado el 20 de Octubre de 2017, obtenido de FLACSO Andes:  
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6146/2/TFLACSO-2014JPOT.pdf>

- Pérez Estevez, D., & Chirino, J. B. (15 de Enero de 2009). *Contenidos: Fundación Una Galicia Moderna*. Recuperado el 12 de Octubre de 2017, obtenido de Fundación Una Galicia Moderna:  
[http://www.unagaliciamoderna.com/eawp/coldata/upload/respons\\_social\\_empresas\\_gran\\_canaria.pdf](http://www.unagaliciamoderna.com/eawp/coldata/upload/respons_social_empresas_gran_canaria.pdf)
- Prado, P., Hernández, V., Coj, M., Pineda, I., & Ventura, E. (5 de Enero de 2010). *Centro Internacional para el Comercio y Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 1 de Febrero de 2018, obtenido de Centro Internacional para el Comercio y Desarrollo Sostenible publicaciones: <https://www.ictsd.org/downloads/2011/03/el-sector-textil-y-confeccion-y-el-desarrollo-sostenible-en-guatemala.pdf>
- Procolombia. (5 de Enero de 2010). *Proexport colombia*. Recuperado el 01 de Febrero de 2018, obtenido de Colombia Trade Sitio Web:  
<http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Perfil%20Sectorial%20-%20Textil%20Confecci%C3%B3n.pdf>
- Promove Consultoria e Formación SLNE. (18 de Junio de 2012). *Biblioteca: Se aceptan ideas*. Recuperado el 22 de Febrero de 2018, obtenido de Se aceptan ideas:  
[http://www.seaceptanideas.com/biblio/Como\\_elaborar\\_Analisis\\_DAFO.pdf](http://www.seaceptanideas.com/biblio/Como_elaborar_Analisis_DAFO.pdf)
- Quecedo Lecanda, R., & Castaño Garrido, C. (18 de Diciembre de 2002). *Red de Revistas Científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 14 de Febrero de 2018, obtenido de Redalyc sitio web:  
<http://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Reboyedo L., R. (07 de Julio de 1999). *Publicaciones: Federación Nacional de Cultivadores de Palma*. Recuperado el 19 de Octubre de 2017, obtenido de Federación Nacional de Cultivadores de Palma:  
[publicaciones.fedepalma.org/index.php/palmas/article/download/711/711](http://publicaciones.fedepalma.org/index.php/palmas/article/download/711/711)
- Ressel, A. B., & Coppini, V. (30 de Septiembre de 2012). *Repositorio: Universidad Nacional de La Plata*. Recuperado el 14 de Octubre de 2017, obtenido de Universidad Nacional de La Plata:  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/43726/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/43726/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Revista Vistazo. (12 de Febrero de 2016). *Vistazo sección País*. Recuperado el 1 de febrero de 2018, obtenido de Vistazo Sitio Web: <http://www.vistazo.com/seccion/pais/el-sector-textil-en-cifras>
- Savater, F. (2014). *Ética para la empresa*. Madrid: Conecta. Recuperado el 7 de Octubre de 2017, obtenido de  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WaZsAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Fernando+Savater+2014&ots=qRZY2lShxv&sig=xvwCuFg3fpvnlghFu2X64maQzVc#v=onepage&q=Fernando%20Savater%202014&f=false>



- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (26 de Octubre de 2016). *Contenidos: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Recuperado el 22 de Octubre de 2017, obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo:  
[http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_OK.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf)
- Servicio Nacional de Contratación Pública. (1 de Abril de 2017). *Servicio Nacional de Contratación Pública: Boletines de Prensa*. Recuperado el 3 de Febrero de 2018, obtenido de Servicio Nacional de Contratación Pública Sitio Web:  
<https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/productores-textiles-de-cotopaxi-y-chimborazo-participan-activamente-en-el-inicio-de-clases-del-regimen-costa/>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (5 de Enero de 2016). *Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior:  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/726819260radE2BBA.pdf>
- Spector, B. (2008). Business Responsibilities in a Divided World: The Cold War Roots of the Corporate Social Responsibility Movement. *Enterprise & Society*, 314-336.  
doi:10.1017/S1467222700006972
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (10 de Mayo de 2011). *Base legal que rige a la institución: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2017, obtenido de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria:  
<http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Economi%CC%81a%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (16 de Octubre de 2014). *Documentos: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 21 de Octubre de 2017, obtenido de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria:  
[http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/BS%20Modelos%20y%20primeros%20resultados%20agregados\\_Jose%20Ramon%20Paez%20Pareja\\_III%20Jornadas.pdf/dd279fab-ff29-4a84-9614-31eff188e68f](http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/BS%20Modelos%20y%20primeros%20resultados%20agregados_Jose%20Ramon%20Paez%20Pareja_III%20Jornadas.pdf/dd279fab-ff29-4a84-9614-31eff188e68f)
- Textiles Cotopaxi. (10 de Enero de 2018). *Textiles Cotopaxi: Inicio*. Recuperado el 3 de Febrero de 2018, obtenido de Textiles Cotopaxi Sitio Web: <http://www.textilescotopaxi.com/>
- Vargas Niello, J. (20 de Diciembre de 2006). *Repositorio: CEPAL*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2017, obtenido de CEPAL:  
[http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3543/S2006312\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3543/S2006312_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Veloz Brito, C. A. (20 de Diciembre de 2014). *Repositorio: Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2017, obtenido de Universidad Técnica de Ambato:  
<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25159/1/T3962i.pdf>

Vidal, I. (30 de Septiembre de 2011). *Informes: Desarrollando Ideas*. Recuperado el 8 de Octubre de 2017, obtenido de Desarrollando Ideas: [http://www.desarrollando-ideas.com/download/Informes/110922\\_d+iLL&C\\_CIES\\_Informe\\_Especial\\_RSE.pdf](http://www.desarrollando-ideas.com/download/Informes/110922_d+iLL&C_CIES_Informe_Especial_RSE.pdf)

# ANEXOS



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA**

**CERTIFICACIÓN**

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por el señor y señorita: CHRISTIAN PAÚL ABRIL CHAFLA Y DIANA LISETH ESCOBAR GUALA.

En la ciudad de Latacunga, a los 28 días del mes de febrero del 2018.

Ing. Julio César Tapia  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**

Econ. Alisva Cárdenas  
**DIRECTORA DE CARRERA (E)**

**Aprobado por:**

Dr. Juan Carlos Díaz  
**SECRETARIO ACADÉMICO**