INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa orientado a mejorar la imagen de NJ JEANS, mediante iniciativas sostenibles e inclusivas dirigidas a los colaboradores, en el cantón Pelileo, durante el primer semestre de 2025

Mayra Alejandra Pineda Cunalata

Administración

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Administración

Quito, 14 de mayo de 2025

INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa orientado a mejorar la imagen de NJ JEANS, mediante iniciativas sostenibles e inclusivas dirigidas a los colaboradores, en el cantón Pelileo, durante el primer semestre de 2025

Mayra Alejandra Pineda Cunalata

Teresa Cevallos, Mag.

Quito, 14 de mayo de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Mayra Alejandra Pineda Cunalata

Código estudiante: 2481

Cédula de identidad: 1803969839

Lugar y fecha: Quito, abril de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

Este trabajo, este logro, lleva Su nombre mama desde el primer momento. Hace casi dos años partiste de este mundo, y desde entonces he tenido que aprender a caminar sin tu presencia, sin tu voz que me animaba, sin tu mirada que me decía “sí puedes”, incluso en los días en que yo misma dudaba de mí.

Tu partida fue el inicio de un camino lleno de retos. Me tocó salir de mi zona de confort, enfrentarme a una vida distinta, donde todo dolía un poco más porque usted ya no estaba. Y, sin embargo, cada paso que di, lo di pensando en usted. En su fuerza, en su lucha, en ese amor tan grande que siempre nos dio sin esperar nada a cambio.

Fue una mujer valiente, que nunca se rindió. Se esforzaba cada día, aunque el cansancio le venciera, aunque su alma a veces llorara en silencio. No importaba si no tenía; igual compartía. Su generosidad no conocía límites. Su bondad era inmensa. Fue ejemplo de empatía, de entrega y de una fe inquebrantable.

Recuerdo su sonrisa, sus palabras de aliento, su manera de abrazar tan cálida, como si con eso pudiera reparar cualquier herida. Mamá, este trabajo académico es mucho más que hojas y letras. Es mi manera de honrarle, de agradecerle, de decirle que todo su sacrificio no fue en vano.

Y a mis hijos Nicol, Elvis y Ezequiel: deseo que este logro sea para ustedes una señal de que nunca es tarde para luchar por nuestros sueños. Que comprendan que la perseverancia, el amor propio y la fe pueden abrir caminos incluso en medio de la dificultad. Este paso también lo doy por ustedes, para que siempre recuerden que sí se puede.

Este logro es de ustedes, los amo profundamente.

AGRADECIMIENTO

Primero, quiero agradecer a Dios. Sin Él, este logro no habría sido posible. En todo momento fue mi refugio y mi fuerza. Cuando sentí que no podía más, cuando las dudas me abrumaban o el cansancio me vencía, Él estuvo ahí para sostenerme. En muchas ocasiones quise rendirme, pero Su Palabra me animó a seguir. Siempre me recordaba: “Todo lo puedo en Cristo que me fortalece” (Filipenses 4:13), y “Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente” (Josué 1:9). Estas promesas fueron mi aliento.

También quiero agradecer con mucho cariño a mis profesores. Cada uno, con su manera particular de enseñar, dejó en mí una enseñanza valiosa. Gracias por su paciencia, por corregirme cuando fue necesario, por motivarme a mejorar y por guiarme con sus conocimientos. Detrás de cada clase hubo esfuerzo y dedicación, y lo valoro profundamente.

Este trabajo es el resultado de muchas noches de estudio, de esfuerzo y también de fe. Gracias a todos los que, de una u otra forma, formaron parte de este camino. A Dios, a mis mentores, gracias de corazón.

RESUMEN

Este proyecto de investigación se centró en analizar la situación laboral de los colaboradores de NJ

JEANS, con el propósito de desarrollar un programa de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que mejorara el bienestar de los empleados. Este tema resulta crucial, ya que se busca transformar el ambiente de trabajo en un lugar más justo y solidario, lo que puede tener un impacto directo en la imagen de la empresa y en la satisfacción de sus colaboradores. Su principal objetivo fue crear una propuesta de RSC que respondiera a las necesidades de los trabajadores, identificadas mediante un estudio cuantitativo con encuestas. Se adoptó un enfoque descriptivo, no experimental y transversal, y se incluyó al 100% de los colaboradores activos de la empresa. Los resultados revelaron áreas de oportunidad, como la falta de motivación, reconocimiento y comunicación interna, así como la necesidad de mejorar el bienestar emocional del equipo. Con base en estos hallazgos, se diseñó una propuesta de Responsabilidad Social Corporativa centrada en fortalecer la cultura organizacional y mejorar la calidad de vida laboral. En conclusión, implementar este programa no solo mejorará el ambiente de trabajo y la satisfacción del personal, sino que también puede tener efectos positivos en la reputación de la empresa, creando un entorno más ético, inclusivo y responsable.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, bienestar laboral, clima organizacional, motivación, NJ NIKOLS JEANS, cultura empresarial.

ABSTRACT

This research focused on analyzing the current work situation of the employees at NJ JEANS, aiming to develop a Corporate Social Responsibility (CSR) program to improve employee well-being. This is an important topic, as the goal is to create a more equitable and supportive work environment, which can directly impact the company's image and employee satisfaction. The main objective was to design a CSR proposal that addressed the employees' needs, identified through a quantitative study using surveys. A descriptive, non-experimental, and cross-sectional approach was adopted, including 100% of the company's active employees. The findings revealed areas for improvement, such as the lack of motivation, recognition, and internal communication, as well as the need to enhance the emotional well-being of the team. Based on these results, a CSR proposal was designed to strengthen the organizational culture and improve work-life quality. In conclusion, implementing this program will not only improve the work environment and employee satisfaction but also positively impact the company's reputation, fostering a more ethical, inclusive, and responsible workplace.

Key words: Corporate Social Responsibility, job well-being, organizational climate, motivation, NJ JEANS, business culture.

.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I 12

1 INTRODUCCIÓN 12

1.1 Planteamiento del Problema 12

1.2 Justificación 14

1.3 Alcance 15

1.4 Objetivos General y Específicos 16

2 CAPÍTULO II 18

MARCO TEÓRICO 18

2.1 Origen y evolución de la Responsabilidad Social Empresarial 18

2.2 Definiciones y características de la Responsabilidad Social Empresarial 19

2.3 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial 22

2.4 Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial 24

2.5 Tendencias e institucionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial 27

2.6 Principios de la Responsabilidad Social Empresarial 27

2.7 Principios del Pacto Global 28

2.8 ¿Qué es el Desarrollo Sostenible? 29

2.9 ¿Qué es una iniciativa de sostenibilidad ambiental? 29

2.10 Marco Conceptual ..... **¡Error! Marcador no definido.**

2.11 Marco Legal 33

CAPÍTULO III 35

3 MARCO METODOLÓGICO 35

3.1 Tipo de investigación 35

3.1.1. Según el propósito: Descriptiva 35

3.1.2. Según la manipulación de variables: No experimental 35

3.1.3. Según el tiempo: Transversal 35
3.2 Enfoque de la investigación 36
3.3 Herramientas metodológicas 36
3.4 Técnicas 36
3.5 Estudios iniciales 37
3.5.1. Variable Independiente 37
3.5.2. Matriz de operacionalización 38
3.5.3. Criterios y exclusión 38
3.6 Muestreo 39
3.7 Desarrollo 40
CAPITULO IV 43
4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN 43
4.1 Tabulación de Datos 43
4.2 Interpretación y discusión de resultados 58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 62
ANEXO A: Creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa orientado a mejorar la imagen de NJ Jeans, mediante iniciativas sostenibles e inclusivas dirigidas a los colaboradores, en el canto Pelileo, durante el primer semestre de 2025. 66
PROPUESTA 66
Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa NJ Jeans 66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principios del Pacto Global 28

Tabla 2. Matriz de operaciones 38

Tabla 3. Criterios y exclusión 38

Tabla 4. Muestra 39

Tabla 5. Objetivos estratégicos para aplicar la Responsabilidad Social Empresarial 71

Tabla 6. Indicadores de estrategias para la empresa NJ Jeans 73

Tabla 7. Líneas de acción para la empresa NJ Jeans 76

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Figuras

Figura 1. Variables 37
Figura 2. Edad del encuestado 43
Figura 3. Genero del encuestado 44
Figura 4. Respalda iniciativas solidarias 45
Figura 5. Participa en campañas y proyectos orientados a promover el bienestar social ... 46
Figura 6. Colabora con sus competidores 47
Figura 7. Condiciones laborales seguras 48
Figura 8. Compromiso con sus empleados 49
Figura 9. Impulsa iniciativas para la protección del medio ambiente 50
Figura 10. Implementa medidas para reducir el consumo de recursos hídricos 51
Figura 11. Acciones para disminuir el uso de insumos 52
Figura 12. Programas de reciclaje 53
Figura 13. Campañas internas de comunicación 54
Figura 14. Reduce sus emisiones contaminantes 55
Figura 15. Comunica a sus clientes sus practicas ambientales 56
Figura 16. Aplicación del diseño de un programa de RSC 57

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

En los últimos años, la Responsabilidad Social Corporativa se ha vuelto importante gracias al aumento de la conciencia social que ciertas empresas están implementando, mediante prácticas que no solo tratan de maximizar los beneficios económicos de la misma, sino que también tienen aspectos relevantes en la sociedad y el entorno. Mediante este contexto, la empresa NJ Jeans, dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir en jeans, se detectó ciertos problemas relacionados con la mejora de la imagen corporativa, teniendo como referencia en el Cantón Pelileo, lugar donde se lo conoce por ser fuerte en la industria textil.

Pese a que la empresa ha logrado estabilizarse en el mercado local, enfrenta muchas dificultades para diferenciarse del resto de las marcas que se encuentran en el mismo sector.

El mercado de fabricación y comercialización de jeans de Ecuador es muy desafiante y en muchos de los casos existen clientes que tienen prioridad en aquellas marcan que tienen compromiso con la sostenibilidad y la inclusión en sus empresas.

Estas dificultadas ponen en evidencia los vacíos en la estrategia de la empresa, porque a pesar que los jeans que se elaboran en NJ Jeans han ido transformándose de acuerdo a las necesidades de los clientes, no existen un planteamiento de RSC que permita aumentar su imagen ante los consumidores.

El cantón San Pedro de Pelileo, donde se encuentra ubicada la empresa, tiene una identidad cultural y económica profundamente ligada a la industria textil. Sin embargo, la comunidad enfrenta diversas problemáticas sociales, como la falta de oportunidades laborales de calidad, la baja capacitación en temas sostenibles y la desigualdad de género. Esto representa tanto un reto como una oportunidad para NJ Jeans, ya que la implementación de

un programa de RSC que aborde estas problemáticas podría mejorar la calidad de vida de los colaboradores y, a su vez, generar una imagen corporativa más sólida y responsable ante la sociedad.

La falta de estrategias claras en Responsabilidad Social Corporativa ayuda a ser mejores a los colaboradores y la sociedad en general ha contribuido a la empresa no consigue proyectar una imagen favorable ante los grupos de interés. Las empresas que no implementan políticas de responsabilidad social corren el riesgo de ser percibidas como insensibles o desinteresadas en las necesidades de su entorno, lo que afecta directamente su reputación y su capacidad de generar lealtad entre sus consumidores. De acuerdo con estudios previos, las marcas que integran principios de sostenibilidad, inclusión social y bienestar laboral en su modelo de negocio no solo aumentan su rentabilidad, sino que también fortalecen la confianza del consumidor y la comunidad hacia la marca (Matilde, 2024).

En este contexto, el problema central de esta investigación radica en la necesidad urgente de NJ Jeans de crear un programa de Responsabilidad Social Corporativa orientado a mejorar su imagen en el mercado y fortalecer su relación con los colaboradores. Este plan debería ser creado con base en los principios de inclusión y sostenibilidad, tomando en cuenta las características específicas de la empresa y su entorno. Al llevar a cabo iniciativas responsables la empresa no solo puede mejorar su reputación frente a los consumidores, sino que también puede ayudar al crecimiento económico y social, este programa debe estar diseñado bajo los principios de sostenibilidad e inclusión, considerando las características particulares de la empresa y de su entorno.

NJ Jeans juega un papel muy importante en la industria textil y debe implementar un plan que integre a la sociedad en general y el medio ambiente, alineándose con las tendencias tanto locales como globales las mismas que requieren de un verdadero compromiso por parte de las empresas. De esta manera, tendrá la capacidad de enfrentar los retos del mercado y

satisfacer las expectativas de sus grupos de interés, lo que a su vez permitirá mejorar su imagen y asegurar su crecimiento y sostenibilidad futuros.

1.2 Justificación

La RSC ha emergido como un aspecto muy valioso en el ámbito empresarial, ya que abarca no solo el cumplimiento de normativas legales, sino también la participación activa en el apoyo al bienestar social, económico y del medio ambiente. En Ecuador, un país en desarrollo con significativos desafíos tanto sociales como económicos, ha resultado crucial que las empresas adopten practicas responsables para generar un efecto positivo en las comunidades y fomentar la sostenibilidad a largo plazo. En este marco, la idea de implementar un programa de Responsabilidad Social Corporativa que busque mejorar la percepción de NJ Jeans a través de iniciativas sostenibles e inclusivas en el cantón Pelileo encuentra justificación por varias razones.

En primer lugar, aunque NJ Jeans es una marca bien establecida en el ámbito textil a nivel local, se enfrenta considerables dificultades en cuanto a su competitividad y la necesidad de diferenciarse en un mercado saturado. Se puede ver que en los últimos años el sector textil tiene un elevado crecimiento lo que ha intensificado la competencia, especialmente en relación con la inclinación de los consumidores hacia productos que son elaborados de forma ética y responsable. Las marcas que logran sobresalir en este entorno son las que no solo ponen énfasis en la calidad de sus productos, sino que también valoran y promueven principios sociales y medioambientales. Un programa de RSC bien diseñado puede ser crucial para que NJ Jeans no solo optimice su percepción frente a los clientes, sino también la preferencia de un grupo de consumidores cada vez más conscientes de problemáticas como la pobreza, la escasez de empleos de calidad y la limitada capacitación en métodos sostenibles. La implementación de un programa de responsabilidad social corporativa dirigido a los empleados ayudaría a aliviar estas dificultades, de acuerdo con

investigaciones de la Cámara Nacional de la Industria de la Confección (2020), las empresas que adoptan iniciativas que beneficien a los empleados no solo mejoran su imagen, sino que también crean un ambiente de trabajo más comprometido y eficiente, lo que se traduce en un mejor desempeño empresarial. En este contexto, NJ Jeans tiene la oportunidad de elevar el bienestar de sus trabajadores, al mismo tiempo que fortalece su reputación como una empresa socialmente responsable.

Adicionalmente, al crear un programa de responsabilidad social corporativa permitirá que la empresa alinearse con las tendencias a nivel global y las demandas del mercado, que cada vez más requieren de productos elaborados con principios sostenibles. La creciente inquietud por el medio ambiente y los derechos humanos ha llevado a los consumidores a hacer elecciones de compra más consientes, prefiriendo marcas que sean transparentes y responsables. Así NJ Jeans no solo podrá establecerse como líder en el mercado textil local, sino que también podrá acceder a mercados internacionales que valoran las buenas prácticas empresariales.

Finalmente, la implementación de un programa de RSC fortalecerá la identidad corporativa de NJ Jeans, ya que, al centrarse en la sostenibilidad y la inclusión social, la empresa estará en sintonía con las expectativas tanto de sus trabajadores como de sus clientes. El efecto positivo que se creará en el canto Pelileo servirá también como un medio para promover la cohesión social, generando un ciclo de beneficios mutuos entre la empresa y su entorno. En conclusión, este proyecto tendrá percepción empresarial, sino también bienestar social. Económico y ambiental en la región, lo que lo convierte en una necesidad estratégica para NJ Jeans en el primer semestre del 2025.

1.3 Alcance

La investigación actual tiene lugar en la empresa NJ Jeans, que se encuentra en la ciudad de Pelileo en la provincia de Tungurahua, y examina de manera exhaustiva las

circunstancias laborales de sus empleados, así como el entorno social, económico y ambiental. El diagnóstico abarca las necesidades y problemáticas internas y de la comunidad, tales como: la falta de oportunidades laborales, la capacitación insuficiente en temas de sostenibilidad, y los retos sociales relacionados con la desigualdad de género y la falta de inclusión social. A partir de la identificación de las problemáticas, se desarrollará un programa de RSC que contemple iniciativas específicas para mejorar la calidad de vida de los empleados, promover la inclusión social de los Pelileños. Las acciones incluirán la implementación de programas de capacitación, iniciativas ambientales sostenibles y políticas inclusivas de igualdad de género. Asimismo, se analizará la posible influencia del programa de responsabilidad social corporativa en la percepción de la empresa NJ Jean, tanto desde una perspectiva interna como externa. El impacto de este programa se medirá a través de la respuesta de los empleados, la comunidad local y los consumidores de la marca.

1.4 Objetivos General y Específicos

General:

Diseñar un programa de responsabilidad social corporativa (RSC) para la empresa NJ Jeans, orientado a mejorar su imagen corporativa mediante la implementación de iniciativas sostenibles e inclusivas dirigidas a los colaboradores, en el cantón Pelileo, durante el primer semestre de 2025.

Específicos:

- Fundamentar teóricamente las variables que intervienen para el desarrollo de programas de responsabilidad social corporativa en empresas textiles.
- Elaborar un grupo de acciones sostenibles y accesibles que promuevan el bienestar del personal de la empresa NJ Jeans, centrándose en la optimización de sus condiciones laborales, la formación en métodos sostenibles y la inclusión social.

- Crear indicadores de supervisión que faciliten a NJ Jeans que ayude a la medición del avance en su responsabilidad social corporativa y los logros alcanzados.

2 CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Origen y evolución de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto muy relevante que inicia, a principios del siglo XXI, en respuesta a las inquietudes sobre el nivel laboral y el medio ambiente debido al impacto de la globalización por la desigualdad en la sociedad. Según (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2024) el concepto de la responsabilidad social fue lento debido a la crisis económica del año 2001, esto tubo una aplicación para cada país como en Brasil en el año 1960 de su inicio y Chile está estipulado en 1998 cuando fue creado la Pro Humana, en México se plantea en el año 1990, desde estos años se puede afirmar que la Responsabilidad Social Empresarial es considerado parte del sistema financiero debido a las necesidades empresarial scon una visión mayor que fomente una mayor conciencia en la elaboración de productos y las personas que lo realizan (p.24).

Al analizar el término de la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona a la contribución con el medio ambiente por parte de las empresas tanto públicas como privadas, estas deben cumplir un desarrollo decisivo de las culturas organizacionales que mantiene cada empresa, dentro del Ecuador se puede ver que algunas empresas desarrollan un hábito de responsabilidad social empresarial al desarrollar sus actividades (Flores, 2023). La Responsabilidad Social Empresarial son las actividades de como una empresa maneja sus actividades mediante la ejecución de productos o servicio para luego poder ser evaluados a futuro con responsabilidad tanto con la parte interna o externa para poder generar un impacto positivo la vida del entorno, es por ello que es importante el análisis de los antecedentes del bienestar social de la historia y su evolución de esta que se da desde el siglo XXI (p.25).

2.2 Definiciones y características de la Responsabilidad Social Empresarial

La definición precisa de la Responsabilidad Social Empresarial no existe, no obstante, existen diversos enfoques tanto teóricos como conceptuales, los cuales provienen de diversas disciplinas como la filosofía, la ética, la administración, la economía y el ámbito jurídico-social. Este concepto ha evolucionado en respuesta a los entornos complejos en los que operan actualmente las empresas, caracterizados por el capitalismo financiero, la desregulación económica y la globalización. En consecuencia, la Responsabilidad Social Corporativa se manifiesta de formas distintas según el contexto, adaptándose a las realidades particulares de cada organización y entorno (p.32).

A partir de estos enfoques se puede identificar tres factores: "1) la responsabilidad es una cualidad de la relación entre sujetos racionales; 2) posee una dimensión social; 3) persigue un objetivo común que es alcanzable" (Preziosa, 2015).

La Responsabilidad Social Empresarial se origina en base a políticas neoliberales que no se avisto un avance en el mejoramiento de la población es por ello que el autor (Vélez & Cano, 2020), menciona que varias empresas en la actualidad se enfocan con un objetivo solo para conseguir el existo y no contribuir al mejoramiento de la sociedad es por ello que estas empresas cualquier acto es considerado un amenaza contra los intereses de ale empresas privadas, es por ello que la Responsabilidad social empresarial debe enfocarse en dar un cambio de mentalidad tanto interna como con la sociedad mediante políticas de mejoramiento (Vélez & Cano, 2020).

La visión empresarial en base a la Responsabilidad Social Empresarial debe ser analizado de forma oportuna para poder contribuir a la sociedad sin compartir con otras empresas para poder distinguir con beneficios adecuados al desarrollo de alcanzar sus objetivos de forma segura en base a desarrollos comerciales estas deben focalizar estrategias de desarrollo sostenible (Gonzalez & Rodríguez, 2020).

En la actualidad las empresas aplican componentes esenciales de producción y comercialización utilizando la Responsabilidad Social Empresarial siendo esencial para realizar una comercialización mediante marketing que efectuar campañas efectivas de ofertar sus productos esto se lo realiza mediante redes sociales para poder captar cliente y penetrar en la mente del cliente y de esta forma poder la empresa puede fortalecer el incremento de las ventas captando nuevos nichos de mercado para elevar la cartera de clientes y poder general ingresos económicos de la empresa sin olvidar la conexión con las partes interesados que es la sociedad añadiendo el valor agregado para el cliente (Barroso, 2010).

La empresa tiene su forma de aplicar el marketing basado en estrategias que adapten a las necesidades de las empresas y la sociedad para poder dirigirse de forma segura al cliente cumpliendo las expectativas de la población

[…] las necesidades de adquirí un producto o servicio enfatizan en gustos y preferencias del consumidor, para poder ofértales de manera responsables sin afecta a la sociedad y estos tenga un nivel de aceptación mutuo y esto puedan ser adquiridos de forma segura y libre de inconvenientes para no afectar a la integridad social y este sea fácil de poder utilizarlo o consumirlo que ayuden al cliente a tener una excelente reputación de la empresa para no afectar la ética y la reputación de la empresa ante la sociedad (p.34).

Para el autor (Cancino, 2008), la administración empresarial se basa en tácticas de cocimientos de acciones que deben ser responsables con el medio que lo rodea buscando oportunidades para poder desarrollar actividades que beneficien a las partes interesadas donde el siente siempre tendrá la razón de los valores corporativos para ello se considera varias interrogantes como son: ¿Qué acciones puedo llevar a cabo para satisfacer esta necesidad? Y, ¿cómo puedo ponerlas en práctica? (p.36).

La Responsabilidad Social Empresarial está enfocado en la caracterización de derechos y políticas que deben legislar las actividades empresariales conservando la calidad

de vida de sus colaboradores y la sociedad en general brindando un servicio de calidad (Cancino, 2008). La Responsabilidad Social Empresarial existe diferencias y formas de interpretar en diferentes países estas se enfocan en base al desarrollo de los segmentos de mercados y la regulación de políticas y leyes sin afectar el crecimiento económico y social sin afectaciones para ello se aplica estrategias de desarrollo las cuales implica a "Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en Latinoamérica promueven iniciativas educativas y apoyan a comunidades en situación de pobreza y vulnerabilidad, mientras que las Pymes en Europa tienden a concentrarse en actividades culturales y deportivas, ya que otros aspectos (educación, salud, pobreza, etc.) son relativamente bien atendidos por el Estado de bienestar" (Peinado, 2021).

El poder político y social es un factor clave que impacta y fomenta la Responsabilidad Social Empresarial. Para (Cavallo, Ledesma, Mac, & Daffunchio, 2012), "las interacciones entre empresas, el estado y la sociedad suelen ser manejadas de forma rígida, lineal y autorreferencial por aquellos que les otorgan significado, es decir, los empresarios, los políticos y los líderes sociales"(p.36). Además, la habilidad de una empresa para "cabildear" ciertos requerimientos en el ámbito público es fundamental para promover intereses específicos, como "la formulación de la agenda pública y el seguimiento de la actividad legislativa para supervisar intereses particulares e influir en los generales" (Velásquez, 2020.).

Para (López, Ojeda, & Ríos, 2024) subrayan que la Responsabilidad Social Empresarial la confianza está profundamente relacionada con la percepción que tienen los socios y la comunidad sobre la empresa, la cual se fundamenta en las prácticas y principios que impulsa y pone en marcha. Asimismo, una empresa puede evaluar la confianza en sus productos considerando el nivel de optimismo y expectativas que tienen los consumidores. El medio ambiente conlleva un cuidado especial por parte de la sociedad entre ellos las

empresas y la forma como interactúan con el la sociedad aplicando políticas de calidad laborales las cuales son beneficiosas para la sociedad de adquiera un producto o servicio de las misma la que permita una evaluación directa del cliente donde este se sienta satisfecho por la trasparecía que tiene una empresa y la responsabilidad que tiene con la sociedad siendo este muy importante en el desarrollo social (p.37).

Para (Larrea, 2021) el control social que debe tener una empresa esta focalizado en las obligación que debe cumplir y la responsabilidad que esta tiene con el cliente interno, externo, la sociedad en general para poder aplicar sus actividades estas deben cumplir una serie de normas que ayuden a medir un desarrollo de los factores técnicos, financieros para que estas acciones que la empresa tome no afecte su reputación es por ello que es importante la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (p.38).

2.3 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Las dimensiones que presenta la Responsabilidad Social Empresarial se limitan que las empresas tengan una relación directa con el medio ambiente siendo un análisis reducido con la educación, sostenibilidad y el bienestar social estableciendo que la Responsabilidad Social Empresarial debido quien no es su fuerte ser reconocidos en el medio sino las normas como se aplica para poder brindar a la sociedad sin ser afectada.

Para (Alvarado, 2019), la Responsabilidad Social Empresarial son clasificadas en dimensiones siendo es las internas y externas la dimensión interna abarca elementos organizativos y de gestión que involucran a empleados, accionistas, el entorno, la administración de recursos, las condiciones laborales y los riesgos asociados a los productos. Por otro lado, la dimensión externa abarca a los stakeholders o la gestión externa, incluyendo a la comunidad local, aliados comerciales, consumidores, proveedores, subcontratistas, defensores de los derechos humanos, clientes y entidades ambientales, entre otros. Las

empresas deben cumplir con las expectativas de transparencia en la información, participación y beneficios mutuos en ambas dimensiones (p.41).

Para (Igone, 2021) La dimensión interna de la Responsabilidad Social Empresarial se enfoca en los elementos que afectan las actividades dentro de la organización, incluyendo prácticas laborales justas, fomento del talento humano, inversión en el capital humano, así como la salud, la seguridad y la gestión institucional, incluye prácticas sostenibles desde el punto de vista ambiental, que se relacionan con la gestión de recursos naturales, la sostenibilidad en el uso de estos recursos, la seguridad en los procesos productivos, la reducción de materiales y la previsión de impactos ambientales (p.529.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico ha señalado que el desarrollo sostenible debe ser una de las principales prioridades. Esto implica que la Responsabilidad Social Empresarial abarca diversas dimensiones que se entrelazan con las expectativas sociales respecto a los beneficios que una empresa puede aportar (Cancino & Morales, 2020). Las cuales se presenta a continuación:

- **Dimensión económica:** la economía fomenta la rentabilidad empresarial los que generan beneficio mediante los planes de incentivos o recompensas para sus colaboradores (p.57).
- **Dimensión legal:** son los reglamentos que se estipula para las actividades empresariales dando cumplimento a los estatutos que regulan el funcionamiento empresaria (p.57).
- **Dimensión ética:** la ética se fundamente en la relación de forma correcta de cómo funciona las actividades cumpliendo a cabalidad las políticas que se desarrollan para poder cumplir los objetivos institucionales por los principios que cada uno de los integrantes desarrollan (p.57).

- **Dimensión discrecional o filantrópica:** son las actividades que las empresas aplican con la sociedad mediante actividades estratégicas de dar solución de problemas que se presentan para erradicar falencias que afectan a la empresa y a la sociedad (Cancino & Morales, 2020).

La Responsabilidad Social Empresarial debe cumplir un rol importante en cumplir acciones de erradicar la contaminación ambiental mediante inversiones con estrategias que fortalezcan la educación, salud, vivienda o situaciones desfavorables y de esta forma ser un ejemplo de cómo salir adelante no solo económicamente sino socialmente. Es fundamental que la Responsabilidad Social Empresarial se planifique en el largo tiempo y poder desarrollar acciones de mejora en la sociedad.

Para (Sarmiento del Valle, 2011) la disensión social se focaliza en brindar una educación donde la sociedad pueda aplicar un ámbito de mejora por parte de una empresa y de esta forma salga desde su capital humano siendo esto una oportunidad para promover a la sociedad una responsabilidad adecuada y la sostenibilidad, el desarrollo de habilidades en el personal, el crecimiento de los jóvenes, la motivación, el compromiso y la dedicación, entre otros aspectos (p.86).

La creación de empresas en red, han influido en la Responsabilidad Social Empresarial. Esto ha generado un espacio para "nuevas formas de reflexividad social, que a su vez están relacionadas con el surgimiento de agentes sociales, ya sean existentes o que han surgido en las últimas décadas, que están desarrollando sus actividades a nivel transnacional o global" (Cannon, 2020).

2.4 Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial

Para (Cannon, 2020) la Responsabilidad Social Empresarial, las cuales son referencias importantes para definir el concepto y establecer sus variables. Por su parte, (Velasco, 2021) indica que la RSE incluye diversos enfoques que, a pesar de su complejidad y de los debates

que pueden suscitar, son fundamentales para comprender su naturaleza (p.47). A continuación, se exponen estas teorías:

- **Teorías políticas:** las políticas estatales juegan un papel importante ante las empresas para regular las actividades y estas puedan brindar a la sociedad siendo esta responsable con su entorno las cuales establecen compromisos de mejora por las partes interesadas (Velasco, 2021).
- **Teorías integradoras:** esta actividad es donde las empresas se centran en captar clientes y poder solventar las demandas directamente con las necesidades prioritarias de la sociedad siendo consciente con el cuidado del medio ambiente. (Velasco, 2021).
- **Teorías éticas:** es la relación clara que tiene la empresa con sus colaboradores y la sociedad analizando las fortalezas y afectaciones que pueda provocar alimento de desarrollar sus actividades por parte de los colaboradores siendo estos con una conducta impecable aplicando los derechos humanos como eje prioritario ante la sociedad y las actividades que una o un gripo de personas lo realiza para cumplir el desarrollo sostenible empresarial y social (Velasco, 2021).
- **Teorías instrumentales:** es la parte fundamental de como la Responsabilidad social Empresarial son acciones que los accionistas deben evaluar cada uno de las actividades empresariales para poder obtener un beneficio adecuado ante la sociedad (Velasco, 2021).
- **El marketing se establece como la estrategia fundamental para lograr este objetivo:** la Responsabilidad Social Empresarial se basa en el marketing el cual ayuda a fomentar ingresos económicos mediante tácticas empresariales (Velasco, 2021).

Los principales logros de la Responsabilidad Social Empresarial consisten en un rendimiento económico dando importancia de la responsabilidad social empresarial

considerando su entorno interno y externo. (Carneiro, 2022), las empresas deben cumplir un rol importante en ser competitivas y rentables que fomenten asumir las responsabilidades con sus empleados, colaboradores, accionistas y sociedad en general enfrentando diversos motivos para el desarrollo sostenible a la parte de la sociedad ms vulnerable dando de esta forma un nivel de consumo adecuado que tenga un impacto positivo ante la sociedad como empresa es por ello se analiza cuatro enfoques que se presentan a continuación:

- **Liberal:** Esta perspectiva, sostiene que la principal obligación de una empresa es maximizar sus ganancias dentro de un marco normativo establecido, sin asumir responsabilidades que no le corresponden (Milian, 2022). El enfoque demuestra como las empresas son responsables con brindar un producto o servicio en un mercado y este pueda ser utilizado de manera eficiente al momento de invertir.
- **Social:** Este enfoque implica que la empresa debe interactuar con los diversos grupos y sectores sociales que la componen. De esta manera, la empresa se convierte en un núcleo donde las empresas juegan un papel importante en la sociedad al momento de brindar un servicio o producto de calidad y siendo responsables con el medio ambiente (Milian, 2022).
- **Ética:** Esto implica que las acciones deben ser coherentes y alinearse con los acuerdos y consensos establecidos en la Responsabilidad Social Empresarial(Milian, 2022).
- **Actuar.** Esta propuesta importa el género, ideología, clase social, origen o nivel educativo. Se centra en una comprensión socioambiental de las responsabilidades, con el propósito de proporcionar formación y educación basadas en valores (Milian, 2022).

2.5 Tendencias e institucionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo con (Granda, 2025), la Responsabilidad Social Empresarial se caracterizará brindarán en cinco ejes empresariales. En este análisis, se han tomado en cuenta cuatro de estas tendencias, las cuales están relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial en entes gubernamentales:

- **Riesgo climático:** El cambio climático es un aspecto fundamental en la Responsabilidad Social Empresarial. De acuerdo con el informe del IPCC de 2018, si no se adoptan medidas urgentes, se estima que para el año 2100 la temperatura global podría incrementarse en 3°C, lo que conllevará graves repercusiones (Granda, 2025).
- **Consejos de Administración competentes en sostenibilidad:** las empresas deben desarrollar un consejo de administración los cuales deben impulsar criterios de aspecto no fiñanero y de esta forma no perder valor de credibilidad social (Granda, 2025).
- **Futuro del trabajo en la sociedad 5.0:** las empresas deben cumplir aplicado siendo parámetros de manejo e incorporación de nuevas tecnologías sin afectar la sociedad y el medio ambiente aplicado de forma responsables la Responsabilidad Social Empresarial y de esta manera aplicar un impacto positivo en la empresa como en la sociedad (Granda, 2025).
- **Estilo de vida sostenible:** la forma de interactuar en la sociedad y a la forma de convivir con el medio ambiente siendo responsable conlleva a desarrollar iniciativas de economía circular que se alineen con las expectativas de este consumidor consciente (Granda, 2025).

2.6 Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial se debe manejar de forma que ayude a corregir errores internos y externos de la empresa para poder convivir en un ambiente de

armonía sin afectar los derechos de los demás es por ello que se debe aplicar principios que conllevan a varias perspectivas y estos están regidos por el pacto global que aplica la Norma ISO 26000 dando cumplimiento a la Responsabilidad Social Empresarial en la forma del manejo empresarial (Melle, 2019). Según el autor analiza cada uno d ellos enfoques donde una empresa debe ser responsable con el entorno donde está ubicado y con sus colaboradores para poder lograr un crecimiento como entidad aplicando la Responsabilidad Social Empresarial y la forma como lo aplican (p.120).

2.7 Principios del Pacto Global

Las empresas tienen un rol importante en analizar estrategias de desarrollo de estrategias que conlleven a ser más competitivos aplicando la Responsabilidad Social Empresarial como lo aplica el Pacto Global siendo partes de una iniciativa y está aplicado a cumplir un objetivo con diez principios distribuidos en cuatro áreas como lo menciona (Pacto Global Red Ecuador, 2020). La Responsabilidad Social Empresarial dentro de Ecuador existe 180 miembros de dicho pacto global esto son considerados a ser evaluados ene l desarrollo de las políticas sociales que se presentan a continuación:

Tabla 1

Principios del Pacto Global

Área	Principio
Derechos Humanos	**Principio 1:** Las organizaciones deben fomentar y asegurar el respeto por la protección de los derechos humanos reconocidos a nivel mundial, dentro del ámbito de su influencia.
	Principio 2: Las organizaciones deben asegurarse de no ser cómplices en la transgresión de los derechos humanos.
Estándares Laborales	**Principio 3:** Las organizaciones deben respaldar la libertad de asociación y garantizar el derecho efectivo a la negociación colectiva.
	Principio 4: Las organizaciones deben fomentar la eliminación de cualquier forma de trabajo forzado o que se lleve a cabo bajo coacción.
	Principio 5: Las organizaciones deben fomentar la eliminación efectiva del trabajo infantil.
	Principio 6: Las organizaciones deben fomentar la erradicación de prácticas discriminatorias en el entorno laboral y de empleo.

Medio Ambiente	**Principio 7: Las organizaciones deben implementar una estrategia proactiva para abordar los desafíos ambientales**.
	Principio 8: Las organizaciones deben promover iniciativas que fomenten una mayor responsabilidad ambiental.
	Principio 9: Las organizaciones deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías que sean sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.
Anticorrupción	**Principio 10:** Las organizaciones deben enfrentar la corrupción en todas sus formas, incluyendo tanto la extorsión como el soborno.

Nota. Los principios del pacto global contribuyen al cuidado de derechos humanos y protección del medio ambiente

2.8 ¿Qué es el Desarrollo Sostenible?

El desarrollo sostenible busca la adaptación de la calidad donde "aquello que eleva la calidad de vida humana sin exceder la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan". Siendo esto que las personas sufren de carencia de cuidado del ecosistema en el afán de sobre vivir en la sociedad actual (Madroñero & Guzmán, 2018).

El desarrollo sostenible se enfoca en la sociedad y el compromiso que estos tienen con el ecosistema para satisfacer la necesidad sin romper las barreras de cuidado del medio ambiente siendo esto fundamental para poder asegurar las necesidades de convivencia sin afectar el entorno.(Solar, 2023). Para el desarrollo de un adecuado cumplimiento entre la empresa y la sociedad se base en:

- Economía: viable y equitativa.
- Sociedad: equitativa y vivible.
- Medio ambiente: vivible y viable (Solar, 2023).

2.9 ¿Qué es una iniciativa de sostenibilidad ambiental?

La iniciativa sostenible se basa en cumplir a cabalidad los objetivos de cuidado del entorno y para ello se debe incorporar políticas de cuidado ecológico para conservar los recursos a lo largo del tiempo mediante programas que debe ejecutar una empresa y de esta forma conservar el nivel de impacto de contaminación del medio ambiente por medio de las prácticas de conservación (Galileo Universidad, 2024).

La iniciativa surge en realizar una variedad de actividades mediante políticas que deben ser emitidas desde la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero hasta la implementación de prácticas de gestión de cuidado de residuos más sostenibles (Galileo Universidad, 2024).

Responsabilidad y gestión

La iniciativa sostenible ambiental es de mucha importancia para el cuidado del medio ambiente, pero al igual para tener una reputación a largo plazo, conservando una reputación en el éxito comercial teniendo una acogida por la sociedad siendo esta consiente con la sostenibilidad ambiental mediante la implantación de sostenibilidad ambiental por parte de una empresa (Galileo Universidad, 2024). Entre ellas se encuentran:

- Responsabilidad corporativa
- Gestión de riesgos
- Eficiencia operativa
- Atracción y retención de talento
- Reputación y relaciones con los Stakeholders (Galileo Universidad, 2024).

Las empresas juegan un papel crucial para salvaguardar el medio ambiente mediano el fomento de las practicas sostenibles que una empresa tiene con la sociedad reflejando el compromiso con la sociedad y el medio ambiente de forma amigable con la responsabilidad social y ambiental, lo cual adquiere una relevancia creciente para los consumidores, empleados, inversores y la sociedad en su conjunto (Galileo Universidad, 2024).

La administración de riesgos dentro de una empresa que no apliquen de forma efectiva se expone a riesgos legales afectando a la reputación es por ello que se debe aplicar estrategias sostenibles las que deben reducir riesgos cumpliendo con la normativa ambiental y disminuyendo los efectos de contaminación negativos de la empresa ante la sociedad (Galileo Universidad, 2024).

2.10 Marco conceptual

Medio ambiente: es el lugar donde habitan seres vivos en un determinado espacio siendo su habita y estos están en un entorno de convivencia con otros seres vivos siendo importantes en la sociedad.

Stakeholders: son los también llamados grupos de interés, su inicio empieza en el año de 1984 por Edward Freeman en su obra "Estratégica Management. A stakeholder approach". Freeman los describió como "cualquier grupo o individuo que tenga la capacidad de influir o ser influenciado por el cumplimiento de los objetivos de una empresa". Estos involucran a varios sectores como entidades bancarias, defensores del medio ambiente, gobiernos y otros colectivos que pueden contribuir o perjudicar a la corporación.

Mapa de actores: es una herramienta metodológica el cual elabora una lista de participantes directos de interacción de una empresa, así como la comprensión de sus acciones, necesidades, objetivos y puntos de vista. Este enfoque considera la realidad compuesta por diversas relaciones sociales que se establecen entre individuos y grupos. Por lo tanto, gran parte de la literatura relacionada se centra en el MAC como un proceso de interesados, la forma en que influir en el funcionamiento de una empresa, proyecto u organización.

Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

La dimensión ambiental abarca aspectos como el reciclaje, y de esta forma ser consientes con el análisis de cuidar el entorno donde desarrolló las actividades empresariales y donde esta forma poder ayudar a los sectores más vulnerables que fortalezcan la conciencia de la población para mantener un ambiente agradable. La RSE debe ser concebida a largo plazo para poder evaluar el impacto que generan los beneficios en la vida de las personas.

Norma ISO 26000

La norma busca entre las empresas y la sociedad de forma acuda en el desarrollo del cuidado del medio ambiente e inculcar una cultura de cuidado del medio ambiente con un desarrollo de actividades de forma adecuada.

Gobierno corporativo

Las organizaciones deben cumplir intereses que fortalezcan a las empresas con un consejo adecuado para poder desarrollar actividades empresariales. Es fundamental que toda empresa cuente con leyes y reglamentos que regulen el funcionamiento tanto administrativos como financieros.

Diálogo con las partes interesadas

La comunicación efectiva y de respuestas rápidas y adecuadas, se generan solicitudes, sugerencias, demandas y colaboraciones conjuntas con dialogo las empresas con la sociedad para el éxito empresarial y fortalecer lasos de cuidado el entorno.

Gestión participativa

La empresa tiene la responsabilidad de ofrecer a sus empleados información sobre su gestión, historia, principales socios y recursos disponibles. Además, cuenta con procedimientos establecidos para evaluar y atender las opiniones. Estos, tienen la opción de formar una comisión interna dedicada a la prevención de accidentes o cualquier otra cuestión, sin la intervención de las autoridades.

Contaminación ambiental

La contaminación ambiental se refiere a la introducción de elementos perjudiciales, ya sean de origen biológico, químico u otro tipo, en el entorno, lo que representa un riesgo para los organismos que habitan en ese espacio, incluidos los seres humanos.

2.11 Marco Legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Sección segunda

Del medio ambiente

Para (Galarza, 2015) en su trabajo de investigación menciona el Articulo. 86.- El Estado se compromete a salvaguardar el derecho de la ciudadanía a disfrutar de un entorno saludable y ecológicamente equilibrado, asegurando así un desarrollo sostenible es por ello que se establece algunos derechos (p.25).

Se consideran de interés público y se regularán de acuerdo con la ley:

Salvaguarda del medio ambiente, protección de los ecosistemas, conservación de la diversidad biológica y del patrimonio genético nacional.

Reducción de la contaminación ambiental, rehabilitación de los espacios naturales dañados, gestión sostenible de los recursos naturales y establecimiento de las condiciones necesarias para que las actividades públicas y privadas contribuyan a estos fines.

Es fundamental establecer un sistema nacional de áreas naturales protegidas que garantice la conservación de la biodiversidad y la continuidad de los servicios ecológicos, alineado con los convenios y tratados internacionales (Galarza, 2015).

Articulo. 87.- La normativa establecerá las infracciones y los procedimientos requeridos para identificar las responsabilidades administrativas, civiles y penales que apliquen a personas o entidades, ya sean nacionales o extranjeras, por las acciones u omisiones que contravengan las regulaciones de protección ambiental (Galarza, 2015).

Articulo. 89.- El Estado implementará acciones dirigidas a alcanzar los siguientes objetivos:

- Fomentar en los sectores público y privado la adopción de tecnologías sostenibles y energías alternativas que no generen contaminación.

- Implementar incentivos fiscales para aquellos que lleven a cabo prácticas respetuosas con el medio ambiente.
- Regular, siguiendo rigurosas difusiones del entorno, investigación, el uso, la venta y la importación de organismos modificados genéticamente (Galarza, 2015).

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

La investigación realizada en este trabajo tiene un enfoque descriptivo, ya que busca entender cómo se encuentran actualmente los colaboradores de NJ NIKOLS JEANS en su entorno laboral, sin alterar su realidad. Se trata de observar, recopilar información y describir las condiciones existentes, con el objetivo de identificar necesidades reales que permitan construir una propuesta adecuada de Responsabilidad Social Corporativa. Como explican Hernández, Fernández y Baptista (2014), este tipo de estudio se centra en detallar cómo son los fenómenos tal como ocurren en la vida real.

3.1.1. Según el propósito: Descriptiva

Se eligió este tipo de investigación porque se quiere conocer, de manera concreta, cómo perciben los trabajadores su ambiente de trabajo, sus beneficios y su bienestar dentro de la empresa. Esto permitirá construir una propuesta realista y útil, que responda directamente a sus necesidades.

3.1.2. Según la manipulación de variables: No experimental

Este estudio no busca intervenir en las condiciones de trabajo de los empleados, sino observar su entorno tal como es. Por eso, se aplica un enfoque no experimental, que permite analizar situaciones sin manipular las variables. Según los autores mencionados, esto es útil cuando se busca entender la realidad de los participantes sin alterar sus circunstancias.

3.1.3. Según el tiempo: Transversal

La investigación se llevará a cabo entre marzo y abril del año 2025. Se trata de un estudio de tipo transversal, ya que se recogerán datos en un momento específico del tiempo. Esta forma de investigar es ideal cuando se quiere obtener una "fotografía" de la situación actual de los colaboradores, sin necesidad de seguir un proceso largo en el tiempo.

3.2 Enfoque de la investigación

Este trabajo tiene un enfoque cuantitativo, lo que significa que se utilizarán datos numéricos para tener una visión clara y objetiva de lo que está ocurriendo en la empresa. A través de encuestas, se podrá conocer el nivel de satisfacción y las condiciones laborales desde la perspectiva de los empleados. De acuerdo con Hernández et al. (2014), el enfoque cuantitativo permite medir las opiniones y percepciones de los participantes mediante técnicas estadísticas (p.25).

3.3 Herramientas metodológicas

Una de las herramientas consideradas en este estudio es la fidelización de clientes, ya que mantener un equipo humano motivado y satisfecho también repercute en la experiencia del cliente. En el caso de NJ NIKOLS JEANS, crear un entorno más humano, justo y participativo en el interior de la empresa puede influir positivamente en la relación que la marca mantiene con sus consumidores. Kotler & Keller (2016) destacan que una buena gestión interna impacta en la imagen externa de una empresa.

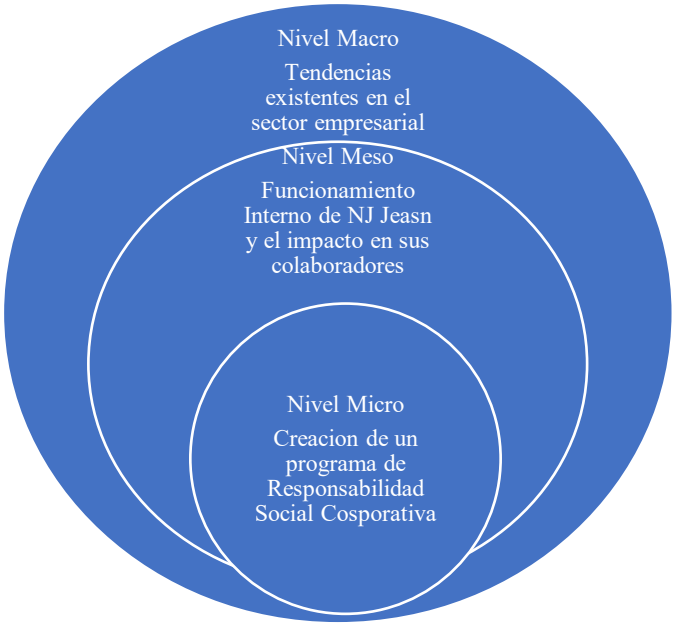
3.4 Técnicas

Se utilizará la encuesta como técnica de recopilación de datos, a través de un cuestionario estructurado con 15 preguntas de opción cerrada. Estas preguntas ayudarán a conocer cómo se sienten los empleados con respecto a su trabajo, qué cosas valoran y qué aspectos creen que podrían mejorar. Esta técnica es útil porque permite recopilar datos de forma rápida y ordenada, facilitando el análisis posterior.

3.5 Estudios iniciales

3.5.1. Variable Independiente

Variable Independiente



Variable Dependiente

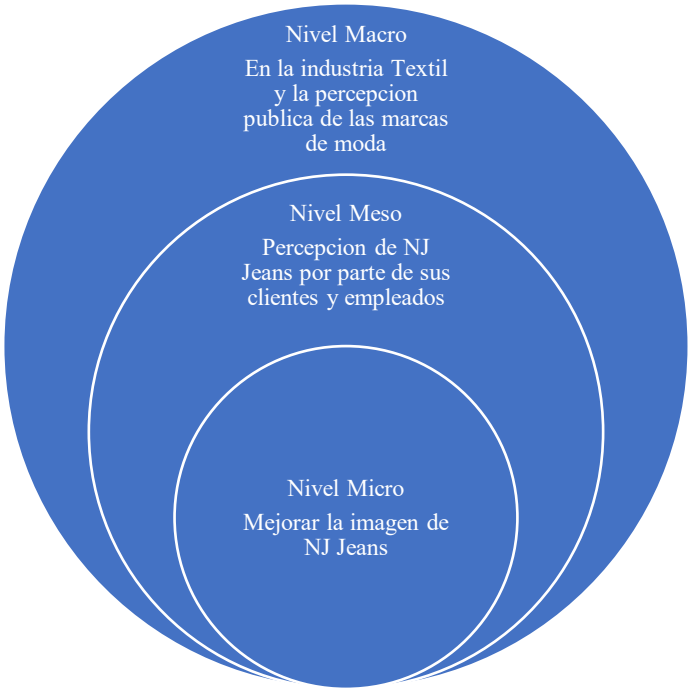


Figura 1. Variables

3.5.2. Matriz de operacionalización

Tabla 2

Matriz de operaciones

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Efecto de la creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa en la mejora de la imagen de la marca NJ Jeans. Variables: ● Programa de Responsabilidad Social Corporativa: conjunto de acciones voluntarias implementadas por NJ Jeans para contribuir al bienestar social y ambiental. ● Imagen de marca: percepción que tienen los consumidores sobre NJ Jeans en términos de valores, calidad, compromiso social y diferenciación frente a la competencia.	La influencia del programa de RSC en la imagen de marca se manifiesta en las siguientes dimensiones: ● Psicológica ● Social ● Económica	Dimensión Psicológica ● Cambio en la percepción de los consumidores sobre la marca. ● Preferencia de marca frente a la competencia. Dimensión Social ● Opinión sobre el impacto de NJ Jeans en la comunidad. ● Identificación del consumidor con los valores de la marca. Dimensión Económica ● Disposición del consumidor a pagar más por productos asociados a causas sociales. ● Variación en las ventas tras acciones de RSC.	● Encuestas a clientes (imagen de marca, percepción social, disposición a compra). ● Análisis de ventas antes y después de implementar acciones de RSC.

Nota. Permite definir claramente los objetivos y las variables para poder medirlas

3.5.3. Criterios y exclusión

Se consideraron para participar a los colaboradores de NJ Jeans que tengan 18 años a más, que se encuentren activos en sus funciones dentro de la fábrica, que hayan dado su consentimiento de forma voluntaria ya que se llevara a cabo entre los meses de marzo y abril del año 2025.

Tabla 3

Criterios y exclusión

Criterios de Inclusión	**Criterios de Exclusión**
Colaboradores mayores de 18 años	Personas menores de 18 años
Consentimiento informado	Fata de consentimiento informado
Disponibilidad durante el periodo (marzo-abril 2025)	No disponibilidad durante el periodo del estudio
Personal activo dentro de la empresa NJ Jeans	Colaboradores en licencia o con enfermedades que impidan participar

Nota. Asegura la valides d ellos resultados de la investigación salvaguardando a los involucrados

3.6 Muestreo

La población del estudio está formada por 17 colaboradores activos de NJ Jeans. Se trabajará con el 100% de los colaboradores durante el tiempo establecido para la investigación

Tabla 4

Muestra

Población	Método de Muestreo	Tamaño de la muestra	Características
17 colaboradores activos de NJ Jeans	Todos	17 colaboradores	Se incluyo a todos los colaboradores disponibles durante el periodo de recolección de datos entre marzo y abril de 2025, ya que cumplen con los criterios de inclusión establecidos.

Nota. Determinar el nuero exacto de personas que interviene en dar la opinión de la investigación

3.7 Desarrollo

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SAN ANTONIO

Escuela de …….

Carrera de……

Encuesta

Objetivo: Diseñar un programa de responsabilidad social corporativa (RSC) para la empresa NJ Jeans ubicada en el cantón Pelileo, para mejorar su imagen corporativa mediante la implementación de iniciativas sostenibles e inclusivas dirigidas a los colaboradores.

1 **¿Nos gustaría saber tu edad**

18-25

26-35

36 en adelante

2 ¿Genero del encuestado?

Masculino	
Femenino	

3 ¿Considera usted que la empresa respalda iniciativas solidarias y brinda apoyo a grupos en situación de vulnerabilidad?

Si	
No	

4 ¿Considera usted que la empresa participa en campañas y proyectos orientados a ´promover el bienestar social como parte de su Responsabilidad Social Corporativa?

Si	
No	

5 ¿Cree usted que la empresa colabora con sus competidores en proyectos de responsabilidad social?

Si	
No	

6 ¿Cree usted que la empresa mantiene condiciones laborales seguras y no dañinas para la salud?

Si	
No	

7 ¿Considera usted que la empresa demuestra compromiso con sus colaboradores, brindándoles formación, empleos permanentes y beneficios sociales?

Si	
No	

8 ¿Considera usted que la empresa impulsa iniciativas para la protección del medio ambiente?

Si	
No	

9 ¿Cree usted que la empresa implementa medidas para reducir el consumo de recursos hídricos (agua, luz,)?

Si	
No	

10 ¿Considera usted que la empresa ha adoptado acciones para disminuir el uso de insumos como el papel, cartón, sobres y fundas plásticas?

Si	
No	

11 ¿Conoce usted si la empresa posee programas de reciclaje e intentan minimizar los impactos medioambientales adversos?

Si	
No	

12 ¿Cree usted que la empresa realiza campañas internas de comunicación para empoderar a los empleados con el cuidado del medio ambiente?

Si	
No	

13 ¿Cree usted que la empresa reduce sus emisiones contaminantes, como CO2?

Si	
No	

14 ¿Considera usted que la empresa informa a sus clientes sobre acciones que realiza en favor del medio ambiente?

Si	
No	

15 ¿Considera que la aplicación del diseño de un programa de responsabilidad social corporativa (RSC) para la empresa NJ Jeans mejorara su imagen corporativa mediante la implementación de iniciativas sostenibles e inclusivas dirigidas a los colaboradores?

Si	
No	

CAPITULO IV

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Tabulación de Datos

Pregunta 1.- ¿Cuál es tu edad?

Figura 2. Pregunta 1.

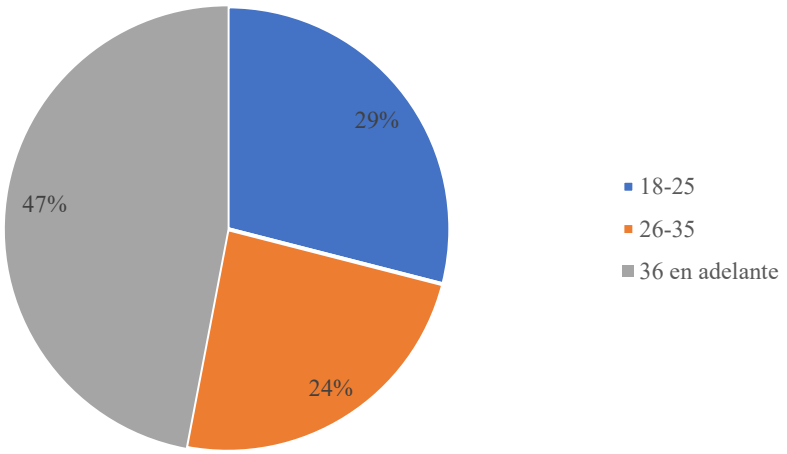


Figura 2. Edad del encuestado

En cuanto a la edad de los participantes, la mayoría (47%) tiene 36 años en adelante, lo cual refleja que una gran parte del equipo está conformada por personas con mayor trayectoria y experiencia. Por su parte, los grupos de 18 a 25 años y 26 a 35 años representan el 29% y 24% respectivamente. Esta diversidad generacional es una gran fortaleza para NJ Jeans, ya que permite combinar innovación y experiencia. Por ello, es fundamental que el programa de RSC considere iniciativas inclusivas que reconozcan y valoren los aportes de cada grupo etario, promoviendo un ambiente de respeto, crecimiento y bienestar para todos.

Pregunta 2- Genero del encuestado

Figura 3. Pregunta 2

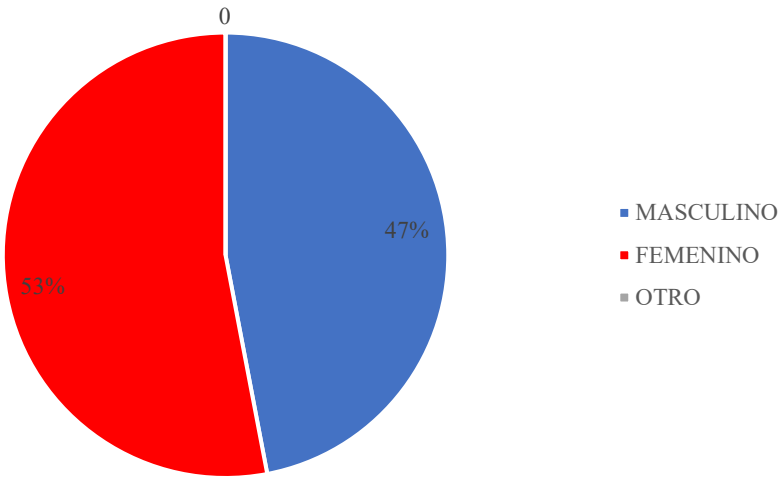


Figura 3. Genero del encuestado

Respecto al género de los colaboradores encuestados, se evidencia una ligera mayoría de mujeres, quienes representan el 53% del total, frente al 47% de hombres. No se registraron respuestas en la categoría "otro". Este resultado muestra una participación equilibrada entre mujeres y hombres dentro de NJ Jeans, lo cual es positivo para el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Corporativa que promueva la equidad de género. Es importante que las futuras acciones incluyan iniciativas que fortalezcan la inclusión, el respeto y la igualdad de oportunidades para todas las personas, reconociendo sus aportes dentro del entorno laboral.

Pregunta 3.- ¿Considera usted que la empresa respalda iniciativas solidarias y brinda apoyo a grupos en situación de vulnerabilidad**?**

Figura 4. Pregunta 3.

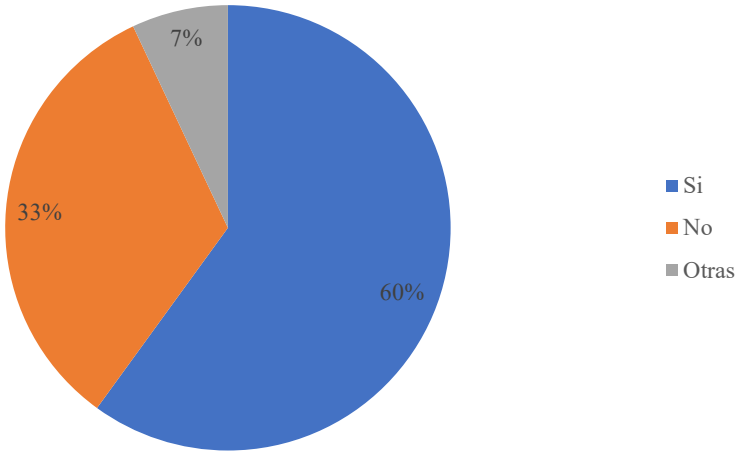


Figura 4. Respalda iniciativas solidarias

Al consultar a los colaboradores si consideran que NJ Jeans apoya iniciativas solidarias o proyectos destinados a ayudar a personas en situación vulnerable, la mayoría (60%) respondió que sí, lo que indica una percepción positiva sobre el compromiso social de la empresa. No obstante, un 33% manifestó que no percibe este tipo de apoyo, y un 7% dio otras respuestas. Esto sugiere que, aunque ya se están realizando acciones con enfoque social, es importante reforzar la comunicación interna para que todos los colaboradores conozcan y valoren estas iniciativas. Además, se abre una gran oportunidad para fortalecer aún más el compromiso con la comunidad, a través de un programa de Responsabilidad Social Corporativa más visible, participativo y alineado con los valores de la empresa.

Pregunta 4.- ¿Considera usted que la empresa participa en campañas y proyectos orientados a promover el bienestar social como parte de su Responsabilidad Social Corporativa?

Figura 5. Pregunta 4.

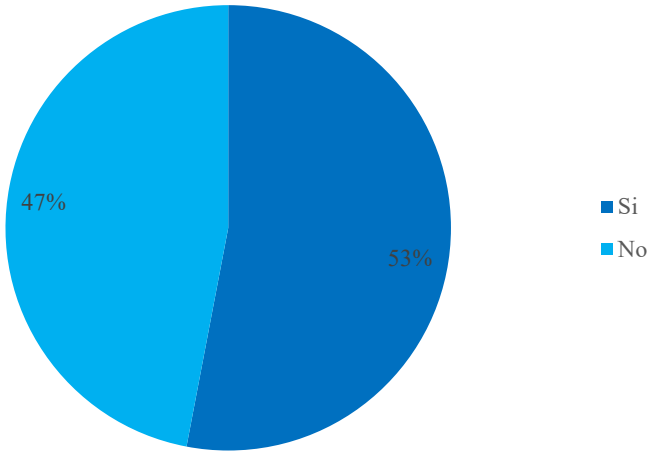


Figura 5. Participa en campañas y proyectos orientados a promover el bienestar social

Los resultados muestran una percepción bastante equilibrada entre los colaboradores. Un 53% considera que NJ Jeans sí colabora a campañas y proyectos que promueven el bienestar de la sociedad, mientras que el 47% opina lo contrario. Esto indica que, aunque existe una intención por parte de la empresa de involucrarse en temas de responsabilidad social, no todos los colaboradores están al tanto de esas acciones o quizás no las perciben como suficientemente visibles o impactantes. Por ello, es importante fortalecer la comunicación interna y promover espacios donde el equipo pueda conocer, participar y sentirse parte de estas iniciativas. Al hacerlo, se construye no solo una mejor imagen externa, sino también una cultura organizacional más consciente, comprometida y cohesionada.

Pregunta 5.- ¿Cree usted que la empresa colabora con sus competidores en proyectos de Responsabilidad Social?

Figura 6. Pregunta 5

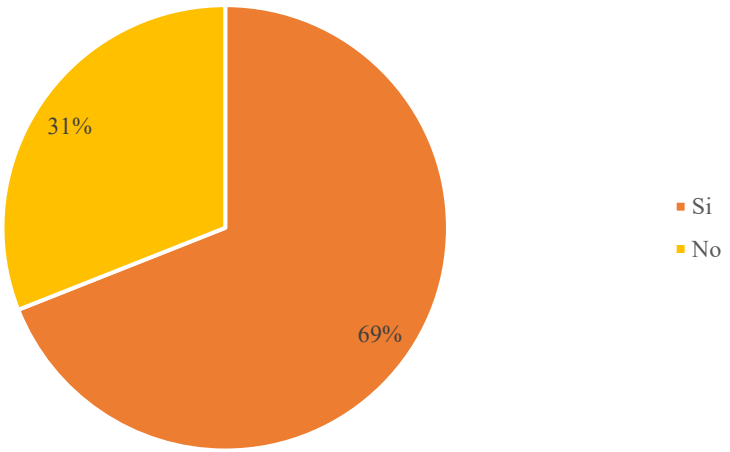


Figura 6. Colabora con sus competidores

Una amplia mayoría de los encuestados, el 69%, cree que NJ Jeans mantiene una actitud colaborativa con otras empresas del sector cuando se trata de proyectos de Responsabilidad Social. Esto refleja una percepción positiva del ambiente de trabajo en el que la competencia no es un obstáculo, sino una oportunidad para unir esfuerzos y generar un impacto más fuerte en la comunidad. Por otro lado, un 31% considera que no existe dicha colaboración, lo que nos invita a pensar en la importancia de visibilizar este tipo de acciones. Cuando se comunican de forma clara y se involucra a los colaboradores, no solo se mejora la percepción interna, sino que también se fortalece el sentido de orgullo y pertenencia hacia una empresa que apuesta por el trabajo conjunto y el bienestar social.

Pregunta 6.- ¿Cree usted que la empresa mantiene condiciones laborales seguras y no dañinas para la salud?

Figura 7. Pregunta 7.

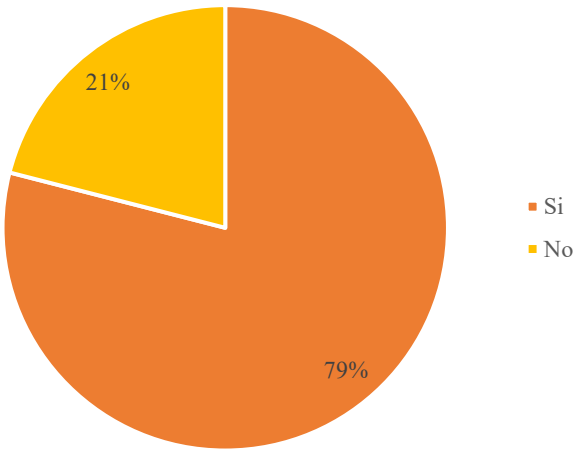


Figura 7. Condiciones laborales seguras

La gran mayoría de los encuestados, un 79%, siente que NJ Jeans ofrece un entorno de trabajo seguro, donde su salud no se ve comprometida. Esta percepción positiva refleja que los colaboradores valoran las condiciones en las que desempeñan sus funciones y sienten que la empresa se preocupa por su bienestar físico y emocional.

Sin embargo, un 21% expresó que no considera seguras estas condiciones laborales, lo cual representa una señal de alerta que merece ser atendida. Escuchar y comprender estas opiniones es fundamental para construir un ambiente más justo, inclusivo y saludable. Tomarlas en cuenta no solo ayuda a mejorar la calidad de vida en el trabajo, sino que también fortalece la relación entre la empresa y su gente, mostrando que el cuidado mutuo es una prioridad en NJ Jeans

Pregunta 7.- ¿Considera usted que la empresa demuestra compromiso con sus colaboradores, brindándoles formación, empleos permanentes y beneficios sociales?

Figura 8. Pregunta 8.

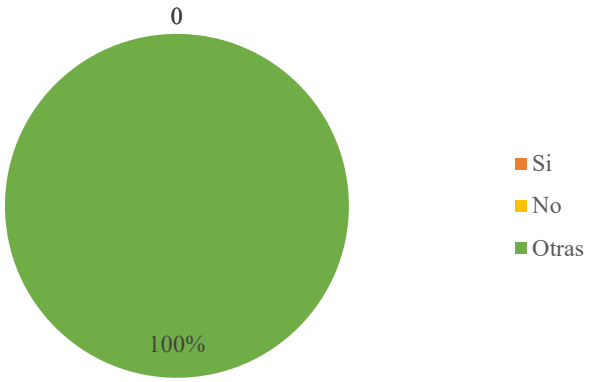


Figura 8. Compromiso con sus empleados

El hecho de que ninguno de los encuestados haya respondido con un “sí” o un “no” directo, y que el 100% haya optado por “otros”, habla por sí solo: las personas tienen una percepción ambigua, matizada o incluso confusa sobre el compromiso de la empresa con sus colaboradores.

Este resultado refleja que, si bien puede haber ciertas acciones positivas dentro de NJ Jeans, aún no son lo suficientemente claras, constantes o visibles para generar una sensación de compromiso real y sólido en áreas clave como la formación, el desarrollo profesional, la estabilidad laboral y los beneficios sociales.

Más allá de una estadística, esta respuesta representa una oportunidad valiosa para escuchar con más profundidad lo que sienten los empleados, entender sus expectativas y comenzar a construir una cultura más cercana, transparente y comprometida con su crecimiento. En definitiva, cuando una empresa apuesta genuinamente por el bienestar de su gente, ese esfuerzo se convierte en parte de su identidad, y se refleja naturalmente en la percepción de quienes forman parte de ella

Pregunta 8.- ¿Considera usted que la empresa impulsa iniciativas para la protección del medio ambiente?

Figura 9. Pregunta 8.

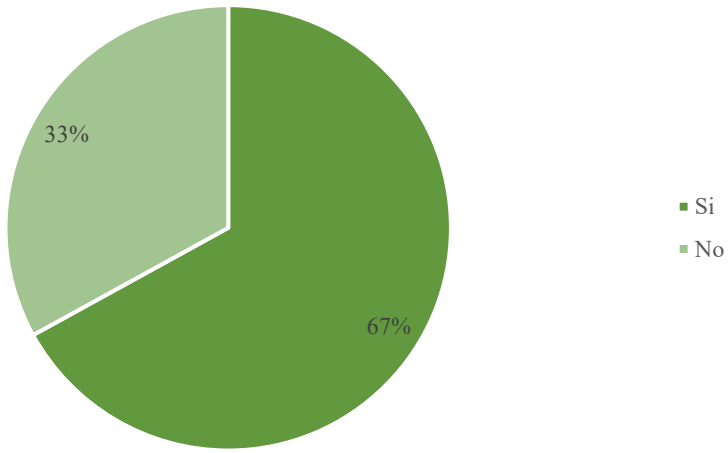


Figura 9. Impulsa iniciativas para la protección del medio ambiente

Una gran parte de los encuestados, el 67%, considera que NJ Jeans sí está tomando acciones en defensa del medio ambiente. Esta percepción es muy valiosa, ya que demuestra que la empresa ha empezado a dejar huella en temas que importan no solo a nivel organizacional, sino también humano y social.

Sin embargo, un 33% de las personas encuestadas siente que la empresa aún no está comprometida con esta causa, lo que podría deberse a que algunas acciones no han sido comunicadas con claridad o no se han vivido de forma cercana dentro del entorno laboral.

Este resultado invita a reflexionar sobre cómo fortalecer una cultura ambiental más visible y participativa, en la que cada colaborador se sienta parte activa del cambio. Pequeñas acciones cotidianas, bien comunicadas y con propósito, pueden marcar una gran diferencia en la percepción y en la realidad del compromiso ambiental de NJ Jeans.

Pregunta 9.- ¿Cree usted que la empresa implementa medidas para reducir el consumo de recursos hídricos (agua, luz,)?

Figura 10. Pregunta 9.

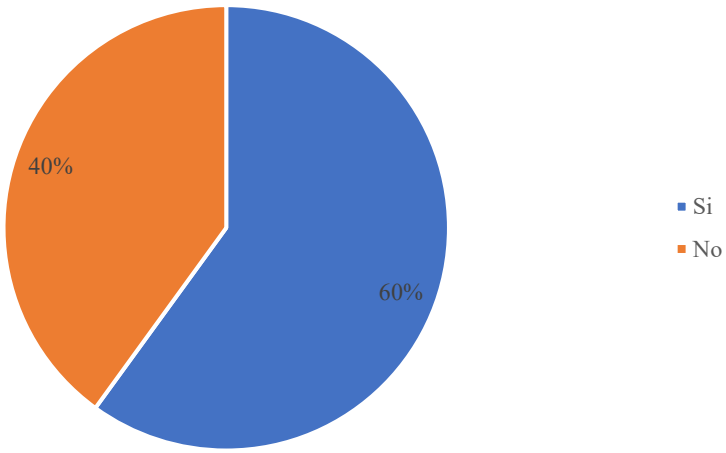


Figura 10. Implementa medidas para reducir el consumo de recursos hídricos

Los resultados reflejan que el 60% de los colaboradores cree que NJ Jeans está haciendo un esfuerzo real para reducir el consumo de recursos como agua y electricidad, lo que muestra que una mayoría percibe las iniciativas sostenibles de la empresa como algo positivo. Sin embargo, un 40% de los encuestados no tiene la misma opinión, lo que nos indica que aún hay espacio para mejorar, especialmente en la visibilidad de estas prácticas o en la forma en que se comunican y se llevan a cabo dentro de la compañía. Este 40% podría representar una oportunidad para involucrar más a los colaboradores y hacerlos sentir parte activa de estos esfuerzos.

Pregunta 10.- ¿Considera usted que la empresa ha adoptado acciones para disminuir el uso de insumos como el papel, cartón, sobres y fundas plásticas?

Figura 11. Pregunta 10.

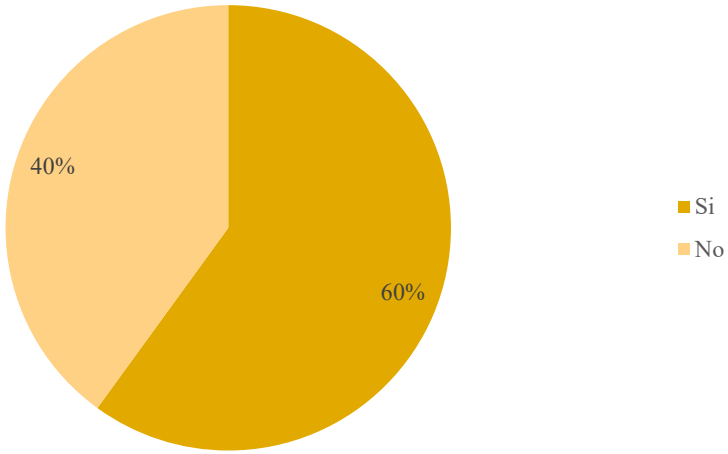


Figura 11. Acciones para disminuir el uso de insumos

El 60% de los colaboradores no cree que NJ Jeans esté reduciendo el consumo de insumos como papel, cartón, sobres y fundas plásticas. Esta percepción podría indicar que la empresa aún no ha implementado estrategias claras o visibles para disminuir su uso de estos materiales. Por otro lado, el 40% que sí percibe una reducción puede estar reconociendo algunas acciones puntuales que se han tomado. Este 60% de desaprobación resalta la necesidad de hacer un esfuerzo más significativo y comunicativo en la reducción de estos insumos, tal vez a través de medidas más concretas o cambios en los procesos internos, involucrando a todos los colaboradores en la importancia de esta causa.

Pregunta 11.- conoce usted si la empresa posee programas de reciclaje e intentan minimizar los impactos medioambientales adversos?

Figura 12. Pregunta 11.

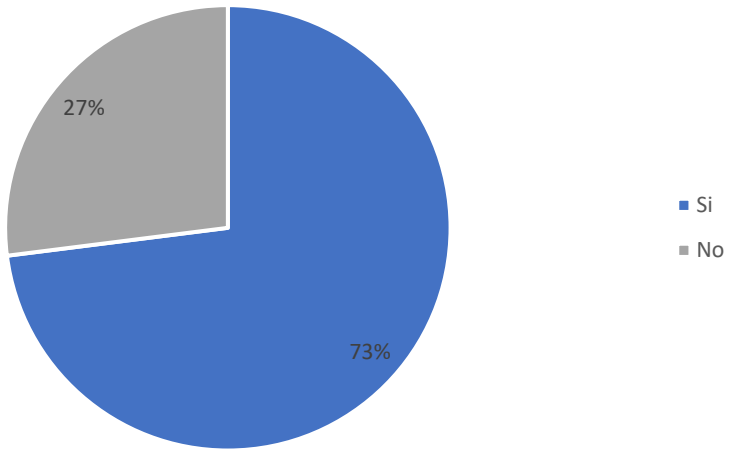


Figura 12. Programas de reciclaje

El 73% de los colaboradores cree que NJ Jeans tiene programas de reciclaje y que está trabajando activamente para reducir los impactos negativos en el medio ambiente. Esto refleja un alto nivel de reconocimiento sobre las iniciativas sostenibles que la empresa ha implementado. Sin embargo, un 27% no tiene la misma percepción, lo que podría indicar que aún hay áreas de mejora en cuanto a la comunicación de estas acciones o en su implementación efectiva. Es una oportunidad para fortalecer el compromiso de todos los colaboradores con la sostenibilidad y asegurarse de que las iniciativas medioambientales sean visibles y comprendidas por todos.

Pregunta 12.- ¿Cree usted que la empresa realiza campañas internas de comunicación para empoderar a los empleados con el cuidado del medio ambiente?

Figura 13. Pregunta 12.

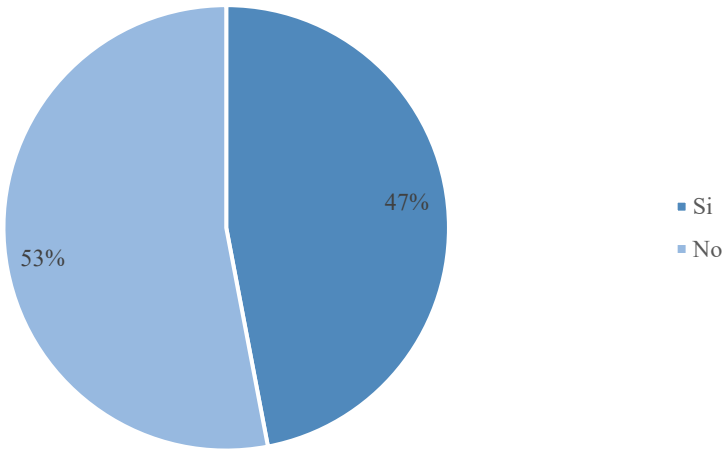


Figura 13. Campañas internas de comunicación

Casi la mitad de los colaboradores, el 47%, siente que la empresa está llevando a cabo campañas internas para motivarlos a cuidar del medio ambiente, lo que muestra que algunos empleados reconocen los esfuerzos por involucrarlos. Sin embargo, un 53% no percibe estas iniciativas, lo que indica que la comunicación interna sobre el tema podría no estar llegando de manera efectiva a todos. Esto refleja una oportunidad para que la empresa refuerce y haga más visibles sus esfuerzos, asegurándose de que todos los empleados se sientan parte activa de la misión de cuidar el medio ambiente.

Pregunta 13.- ¿Cree usted que la empresa reduce sus emisiones contaminantes, como CO2?

Figura 14. Pregunta 13.

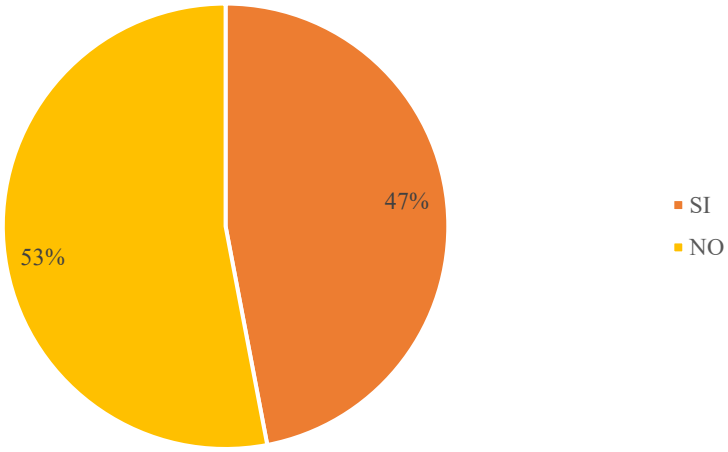


Figura 14. Reduce sus emisiones contaminantes

El 47% de los colaboradores cree que la empresa está trabajando para reducir sus emisiones contaminantes, como el CO2, lo que refleja un reconocimiento positivo de las acciones medioambientales emprendidas por NJ Jeans. Sin embargo, un 53% no comparte esta percepción, lo que sugiere que hay margen para mejorar en la implementación o visibilidad de las iniciativas que buscan reducir la huella de carbono. Esta diferencia señala la importancia de hacer más evidentes los esfuerzos que la empresa está realizando en cuanto a la sostenibilidad ambiental, involucrando a todos los empleados en el proceso.

Pregunta 14.- ¿Cree usted que la empresa comunica a sus clientes sus prácticas ambientales?

Figura 15. Pregunta 14.

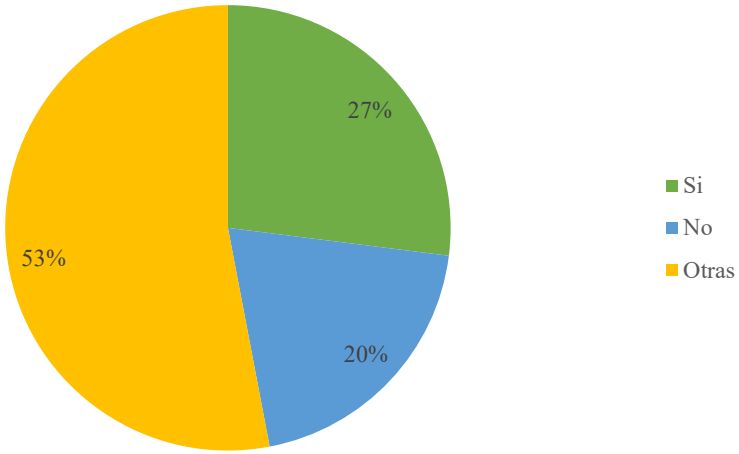


Figura 15. Comunica a sus clientes sus prácticas ambientales

Solo el 27% de los colaboradores cree que la empresa comunica sus prácticas ambientales a los clientes, lo que podría indicar que la mayoría de los empleados siente que esta información no se está compartiendo de manera efectiva con los consumidores. Un 20% no tiene una respuesta clara, mientras que un 53% menciona otras opciones, lo que sugiere que existe incertidumbre sobre cómo se comunican estas acciones. Esto refleja una oportunidad para mejorar la comunicación externa, asegurando que los esfuerzos medioambientales de la empresa sean reconocidos por los clientes, y que los empleados estén bien informados sobre cómo se están comunicando estas prácticas al público.

Pregunta 15.- Considera que la aplicación del diseño de un programa de responsabilidad social corporativa (RSC) para la empresa NJ Jeans mejorara su imagen

Figura 16. Pregunta 15.

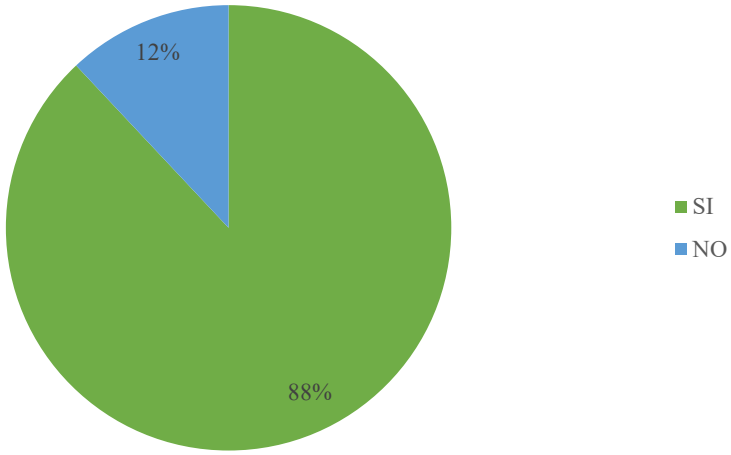


Figura 16. Aplicación del diseño de un programa de RSC

El 88% de los colaboradores cree firmemente que la implementación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) mejoraría la imagen de NJ Jeans, lo que demuestra un alto nivel de apoyo y confianza en los beneficios que podría traer una iniciativa de este tipo. Este fuerte respaldo sugiere que los empleados ven el valor de fortalecer el compromiso social y ambiental de la empresa. Sin embargo, un 12% no comparte esta opinión, lo que podría indicar que algunos aún no están completamente convencidos de los beneficios que la RSC podría tener en la percepción de la empresa. Este 12% representa una oportunidad para educar y sensibilizar sobre cómo la RSC no solo beneficia a la sociedad, sino también mejora la reputación y el posicionamiento de la empresa en el mercado.

4.2 Interpretación y discusión de resultados

En resumen, la encuesta realizada a los colaboradores de NJ Jeans ofrece una visión valiosa sobre la percepción interna de la empresa en relación con su responsabilidad social corporativa (RSC). Al observar los resultados, se percibe que hay un reconocimiento generalizado de las iniciativas sociales y medioambientales de la empresa, aunque también existen áreas que necesitan atención y mejora.

La mayoría de los colaboradores reconoce que la empresa apoya programas solidarios, aunque algunos expresan que estas iniciativas no son lo suficientemente visibles o comunicadas. Esto sugiere que, aunque NJ Jeans está involucrada en causas sociales, podría hacer un mejor trabajo al compartir estas acciones con los empleados y la comunidad en general. Esta falta de visibilidad puede generar una desconexión entre las buenas prácticas realizadas y la percepción de los empleados.

En cuanto al impacto social, algunos empleados sienten que la empresa no está contribuyendo lo suficiente al bienestar de la sociedad. Este punto es crucial, ya que resalta una oportunidad para fortalecer el compromiso de la empresa con su entorno social, tal vez a través de iniciativas más concretas y visibles que conecten directamente con las comunidades locales.

Otro aspecto importante es el compromiso de la empresa con el bienestar de sus empleados. Aunque la mayoría de los trabajadores percibe las condiciones laborales como seguras y saludables, existe una proporción significativa que no lo ve de la misma manera. Esto podría indicar que no todos los colaboradores se sienten igualmente protegidos o apoyados en su ambiente de trabajo. La empresa podría beneficiarse de escuchar más de cerca las inquietudes de esos empleados y trabajar para mejorar la percepción general sobre su ambiente laboral.

En cuanto al medio ambiente, si bien la mayoría considera que NJ Jeans está tomando medidas para proteger el entorno, aún hay una percepción de que la empresa no está haciendo lo suficiente en áreas como la reducción de emisiones contaminantes o la comunicación de sus prácticas sostenibles. Esto refleja la necesidad de un enfoque más claro y directo hacia la sostenibilidad, donde los esfuerzos sean comunicados de manera más efectiva tanto dentro como fuera de la empresa.

Por último, la encuesta destaca que la mayoría de los colaboradores ve con buenos ojos la idea de implementar un programa de RSC. Esto demuestra que los empleados están dispuestos y desean ver un mayor compromiso de la empresa con las causas sociales y medioambientales, lo que no solo mejoraría la imagen de la empresa, sino que también fomentaría un sentido de pertenencia y orgullo entre los trabajadores.

Los resultados sugieren que NJ Jeans está haciendo un esfuerzo por ser socialmente responsable, pero aún queda trabajo por hacer para mejorar la comunicación de estas iniciativas y garantizar que todos los colaboradores se sientan parte de los esfuerzos de la empresa. Al fortalecer la visibilidad de las acciones de RSC, mejorar el bienestar social y laboral de los empleados, y comunicar de manera más efectiva las prácticas sostenibles, NJ Jeans podría consolidarse como una empresa no solo exitosa en su rama, sino también ejemplar en su responsabilidad social.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Al revisar los resultados obtenidos de la encuesta se pudo observar que los colaboradores en su mayoría desconocen lo que implica la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa y las principales barreras que impiden que los empleados se involucren en acciones responsables dentro de la empresa en educar y sensibilizar a todo el personal en torno a este tema ya que se considera que el 47%, de la empresa está llevando a cabo campañas internas para cuidar del medio ambiente pero no involucra a todos para conocer el beneficio al aplicar estrategias de sostenibilidad ambiental.

Se detectó es que no existen políticas claras o programas, estrategias enfocadas a programas de reciclaje para reducir los impactos negativos en el medio ambiente según datos de la encuesta el 73% de respuestas se da por la carencia de motivación del equipo de trabajo de la empresa aborda estos temas para crear un ambiente interno y externo favorable que contribuya con la reducción de la contaminación ambiental.

La responsabilidad social y ambiental, también se vio que la empresa NJ Jean no tiene una estructura definida para implementar acciones en estos ámbitos. Sin embargo, se destacó que los colaboradores muestran una actitud positiva hacia la idea de participar en proyectos sociales y ambientales, lo que representa una gran oportunidad para la empresa apueste por estas iniciativas de mejorar ante la sociedad.

Los resultados del estudio muestran que el 88% de los colaboradores cree firmemente que la implementación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa mejoraría la imagen de la empresa NJ Jeans, lo que demuestra que podría traer una iniciativa a un camino que beneficie tanto a la empresa como a su entorno.

Recomendaciones

Con base en lo que se encontró, se recomienda a las autoridades de la empresa NJ Jeans aplicar la Responsabilidad Social Empresarial para empezar formando a los empleados sobre el tema y la importancia para ello se debe aplicar talleres, charlas o incluso crear material didáctico que explique este concepto ayudará a que todos comprendan su importancia y puedan contribuir al desarrollo sostenible.

Se recomienda a las autoridades de la empresa implemente políticas, programas que apunten al bienestar integral de la Responsabilidad Social Empresarial donde sus empleados mediante acciones como campañas de cuidado el medio ambiente, actividades de integración, ayuden a reducir los impactos negativos en el medio ambiente.

Se encomienda fundamental que la empresa NJ Jeans aplique tácticas a los colaboradores para que muestren una actitud positiva hacia la idea de participar en proyectos sociales y ambientales, por lo que crear actividades concretas como campañas de reciclaje, apoyo a comunidades vulnerables o alianzas con ONG, podría ser una gran forma de empezar a ser amigables con la sociedad.

Se sugiere a los empleados se involucren en la creación y seguimiento del programa de Responsabilidad Social Corporativa enfocado a cambiar la cultura de la empresa, donde su participación garantizará que las acciones sean relevantes y alineadas con los valores de la organización fortaleciendo el liderazgo interno y fomentará una r conexión con proyectos sociales en beneficio del cuidado del medio ambiente.

Se recomienda medir el impacto de las acciones planteadas mediante los indicadores de éxito claros para poder evaluar regularmente el progreso de dichos proyectos siendo importante mantener a todos los involucrados informados sobre los avances y logros del programa internos y externos de la empresa los cuales contribuirá a mejorar la imagen corporativa y a consolidarla como una organización responsable ante la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado, L. (2019). *La responsabilidad social empresarial, elemento de aproximación y compromiso con la comunidad. .* Obtenido de Universidad Particular de Loja.: https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/9702?mode=full

Barroso, F. (enero de 2010). *Mercadotecnia y responsabilidad social empresarial: ¿Socios o antagonistas?* Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/260038137_Mercadotecnia_y_responsabilidad_social_empresarial_socios_o_antagonistas

Cancino, C. (diciembre de 2008). *Responsabilidad social empresarial. .* Obtenido de Universidad de Chile: https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf

Cancino, C., & Morales, M. (2020). *Responsabilidad Social Empresarial. .* Santiago de Chile: I.S.B.N.: 00000000000 .

Cannon, T. (2020). *La responsabilidad de la empresa.* México: Azteca.

Carneiro, M. (2022). *La responsabilidad social corporativa interna.* Madrid: Editorial Planeta S. A.

Cavallo, M., Ledesma, A., Mac, P., & Daffunchio, A. (2012). *El Estado y su rol en la RSE. Una aproximación, al estudio de las políticas públicas que fortalecen el desarrollo social de la empresa. Decimosétimas jornadas "Investigaciones en la.* Obtenido de rephip: https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/d71cdfdb-6c59-46f3-928f-6ded011b7287/content

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (23 de diciembre de 2024). *La CEPAL es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas.* Obtenido de https://www.cepal.org/

Flores, P. (2023). *Análisis y propuesta de un modelo de gestión de responsabilidad social.* Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar: https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9127/1/T3992-MDEM-Flores-Analisis.pdf

Galarza, K. (2015). *"La responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial del sector curtiembres de la zona de planificación 3 del Ecuador".* Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/17511

Galileo Universidad. (29 de abril de 2024). *¿Qué es una iniciativa de sostenibilidad ambiental?* Obtenido de https://www.galileo.edu/ids/historias-de-exito/que-es-una-iniciativa-de-sostenibilidad-ambiental/

Gonzalez, M., & Rodríguez, L. (2020). *Responsabilidad social corporativa.* España: ISBN: 84-7299-584-4. Obtenido de Universidad Pontificia de Salamanca: https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=5599

Granda, G. (26 de febrero de 2025). *Alcanzar un futuro sostenible.* Obtenido de Forética: https://foretica.org/

Igone, A. (2021). *La responsabildad social empresarial y la competitividad de las empresas a nivel internacional. Especial referencia a los grupos de empresas. .* España: Oñati Socio-Legal Series.

Larrea, O. (2021). *Importancia de la ética y la responsabilidad social.* Bilbao: Deusto.

López, A., Ojeda, F., & Ríos, M. (22 de diciembre de 2024). *"La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso". .* Obtenido de Revista de Contabilidad 20 (1): 36–46. doi: 10.1016/j.rcsar.2016.01.001.: https://www.researchgate.net/publication/301743888_La_responsabilidad_social_empresarial_desde_la_percepcion_del_capital_humano_Estudio_de_un_caso

Madroñero, S., & Guzmán, T. (septiembre de 2018). *Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias.* Obtenido de Revista Tecnología en Marcha: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0379-39822018000300122

Melle, M. (31 de marzo de 2019). *"La responsabilidad social en el sector público.".* Obtenido de Revista de Responsabilidad Social Empresarial: 17-43, 2014. Ministerio de Finanzas. "Ministerio de Economía y Finanzas.": https://www.finanzas.gob.ec/catalogo-de-instituciones-y-entidades-operativasdesconcnetradas-del-sector-publico/

Milian, L. (2022). *Origen y evolución del concepto de RSC en el entorno empresarial europeo y español.* Madrid: Comillas.

Pacto Global Red Ecuador. (21 de diciembre de 2020). *Pacto Global Red Ecuador.* Obtenido de http://www.pactoglobalecuador.org/red-pacto-global-ecuador/

Peinado, E. (2021). *RSE en América Latina. En Antonio Vives y Estrella Peinado (eds.) La responsabilidad social en la empresa en América Latina. .* New York: Fondo Multilateral de Inversiones.

Preziosa, M. (2015). *La definición de "responsabilidad social empresarial" como tarea filosófica. .* Obtenido de Journal of Economics, Finance and Administrative Science, 10(1819), 39-59: https://www.redalyc.org/pdf/3607/360733600002.pdf

Sarmiento del Valle, S. (2011). *"La responsabilidad social empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas.* Obtenido de Dimensiones empresariales 9 (2): : https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3965840

Solar, N. (06 de febrero de 2023). *Agenciamiento en resolución de problemas de sostenibilidad en comunidades aisladas de Chile casos: rapa nui, isla mocha y trapa trapa.* Obtenido de FLACSO Argentina:

https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/19057/2/TFLACSO-2023%20NSV.pdf

Velasco, J. (2021). *Fundamentos de la responsabilidad social corporativa y su aplicación ambiental.* . Londres: Dykinson.

Velásquez, M. d. (2020.). *Cabildeo y RSE: una revisión desde la teoría de agencia.* . Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá: https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/52735/VELA%CC%81SQUEZ%20ORJUELA%20MP%20TESIS%20MAESTRI%CC%81A%20-%20GERENCIA%20DE%20LA%20RSE%20Y%20SOSTENIBILIDAD.pdf?sequence=2

Vélez, X., & Cano, E. (2020). *"Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas". Dominio de las Ciencias 3 (2): 117-126.* doi:10.23857/dc.v2i3%20Especial.297

ANEXO A: Creación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa orientado a mejorar la imagen de NJ Jeans, mediante iniciativas sostenibles e inclusivas dirigidas a los colaboradores, en el canto Pelileo, durante el primer semestre de 2025.

PROPUESTA

Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa NJ Jeans

La Responsabilidad Social Empresarial dentro de una empresa conlleva a brindar los principios éticos, transparentes en cada uno de las actividades que se desarrolla y deben ser de forma eficiente, es por ello que se debe aplicar planes que ayuden al desarrollo sostenible de forma directa aplicando estrategias de mejora y estas beben ser aplicadas de forma clara, y pueden ser medidas con el pasar del tiempo y que sean beneficios visibles para sus stakeholders.

El diseño del programa de Responsabilidad Social Empresarial se basa en aplicar tácticas para la empresa NJ Jeans ubicada en la ciudad de Pelileo, para el caso de la investigación se considera plantear estrategias empresariales que fomente cambios en las áreas de la empresa generando líneas de acción que ayuden a orientar a futuro, aplicando un adecuado análisis, evaluación y un diagnóstico de las falencias actuales, para poder plantear mejoras en la realidad actual y dar solución a los problemas actuales.

Al realizar el levantamiento de información por medio de las encuestas se conoce la situación actual lo que conlleva varias falencias en temas de Responsabilidad Social empresarial e incumpliendo varios reglamentos es por ello que se plantea un objetivo general y seis específicos para dar solución a estos problemas y de esta forma plantear las acciones correspondientes para alcanzar los objetivos empresariales y logras cumplir a cabalidad las responsabilidades logrando cumplir el resultado esperado tanto al empresa como la sociedad que lo rodea

Para el desarrollo de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial se enfoca en plantear misión, visión, valores como base del fundamento de responsabilidad que deben tener la organización para lograr aplicar acciones de sustentabilidad para marcar una diferencia ante la competencia y de esta forma ser pioneros en aplicar oportunidades de cuidado de los Stakeholders, es por ello que la investigación hace énfasis en la empresa NJ Jeans debe aplicar políticas y acciones para plantear compromiso con sus empleados.

1) Enfoque

La empresa NJ Jeans debe aplicar estrategias corporativas, sociales enfocadas en el ámbito político y empresarial siendo esta parte de la sociedad considerando que el objetivo no es solo generar riqueza sino al contrario ser participe del ámbito social el cual ayude al desarrollo del entorno social a trabajar en conjunto.

2) Grupos de interés

Es de suma importancia considerar las principales estrategias dentro y fuera de la empresa NJ Jeans considerando como importante al colaborador y tomando en consideración en la toma de decisiones y de esta forma este enfocado en cumplir el objetivo y las metas institucionales, es por ello que es importante desarrollar acciones como capacitaciones con diálogos abierto y políticas que beneficien al colaborador, fomentando un clima laboral oportuno para que pueda crecer personalmente y profesionalmente.

3) Misión

Brindar productos de calidad ofertados con un valor agregado para los clientes, basado en el empoderamiento de los empleados con la empresa en el desarrollo de la producción del jean que está basado en una toma de decisiones en base a las necesidades del cliente interno y externo.

4) Visión

Ser una empresa productora de jean responsable con el medio ambiente, fomentando un trabajo de calidad basado en el equilibrio laboral y personal de los empleados, con el fin de alcanzar el empoderamiento de los objetivos empresariales y de esta forma convertirse en una empresa competitiva y amigable con la sociedad.

5) Valores

- Administración responsable de los recursos administrativos y financieros.
- Consideración y respeto por las necesidades de los colaboradores.
- Promoción del crecimiento personal y profesional del talento humano.
- Comportamiento ético e integridad en las acciones de los trabajadores.
- Claridad en la información ofrecida a la sociedad.

6) Estrategia de sustentabilidad

La empresa generara fidelidad en sus clientes mediante una gestión responsable de la materia prima y los recursos económicos para poder elevar en un lapso de tiempo donde el colaborador se sienta en armonía con su entorno interno y externo de la empresa fomentado el cuidado del medio ambiente.

7) Materialidad

Los materiales para socializar la Responsabilidad Social Empresarial se aplicarán focus group para erradicar los problemas presentados en la encuesta en la empresa NJ Jeans y poder eliminar aspectos negativos enfocándose en alcanzar las estrategias de sustentabilidad empresarial que se presenta a continuación:

- Impulso del bienestar y desarrollo profesional de los colaboradores.
- Promoción y refuerzo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).
- Compromiso con la integridad y la ética en todas las acciones.
- Difusión de información veraz y creación de informes sobre sostenibilidad

8) Política de Responsabilidad Social Empresarial

La empresa NJ Jeans como eje fundamental debe aplicar procesos eficientes para poder aplicar su transparentar las actividades diarias con los Stakeholders aplicando tácticas positivas de cuidado del medio ambiente y la sociedad en general es por ello que se ejecutara un plan ético integrado, medioambiental y social cubriendo la demanda de los clientes precautelando la integridad de los empleados.

Las políticas planteadas de responsabilidad social Empresarial se detallan como acciones de mejora, implementando actividades de valor agregado con sus clientes es por ello que se debe iniciar con un nuevo paradigma del manejo administrativo empresarial en base al crecimiento económico considerando como fundamental el desarrollo integral de sus empleados, la sociedad conservando el cuidado del medio ambiente.

Es por ello que las políticas se enfocan en el compromiso de la empresa NJ Jeans con todos sus empleados cumpliendo las leyes y reglamentos del marco de integridad, cumpliendo la ética empresarial, dando un respeto al medio ambiente fomentando en la ciudadanía en el desarrollo de actividades de solución al igual que los empleados deben desarrollar actividades sobre el desarrollo sostenible considerando un ambiente agradable en sus puestos de trabajo para impartir en la sociedad.

a. Alcance

La empresa NJ Jeans aplicara todas las políticas de la empresa empezando por las direcciones, gerencia y demás áreas donde todos los empleados tiene un rol que cumplir y deben conocer las directrices de la política del Responsabilidad Social Empresarial en especial los funcionarios de altos mandos debido que sus funciones son de tomar acciones directas en base a la supervisión de las prácticas y cumplimiento de las actividades empresariales tanto internas como externas.

b. Principios

Los principios que debe regir la empresa NJ Jeans deben estar enfocados en las políticas de la Responsabilidad Social Empresarial los que se alinean al Código de Conducta y los reglamentos institucionales es por ello que se estipula los siguientes:

- Transparencia, con el objetivo de ofrecer información clara y precisa.
- Anticorrupción, para asegurar la ética en todos los niveles de la organización.
- Justicia social, para luchar contra cualquier tipo de discriminación en la entidad.
- Consumo responsable, para proteger y conservar el medio ambiente.
- Autoevaluación, para evaluar de forma continua el desempeño y los avances de la organización en materia de Responsabilidad Social Empresarial

c. Compromisos

El compromiso de la empresa NJ Jeans es cumplir los principios de la Responsabilidad Social Empresarial que se definen a continuación:

- Compromiso con la información exacta y confiable
- Conducta ética y digna
- Refuerzo de las relaciones con el equipo
- Aplicación de mejores prácticas en la gestión corporativa
- Salvaguarda y promoción del medio ambiente
- Creación de informes sobre sostenibilidad

d. Responsables

La empresa NJ Jeans debe crear un comité de Responsabilidad social Empresarial que fortalezca vínculos de la empresa con sus empleados de la área administrativa y operativa para un adecuado funcionamiento para ello se debe elegir los siguientes cargos:

- Representante de la Alta Dirección
- Representante del Departamento de Recursos Humanos

- Representante del Área Legal
- Representante del Departamento de Comunicación
- Representante del Área Financiera
- Representante del Departamento Administrativo
- Representante del Área Operativa
- Delegado de la asociación de empleados
- Delegado del sindicato de trabajadores

e. Objetivos

La empresa NJ Jeans busca alcanzar los objetivos en base a los problemas que presenta debido que no aplica en su totalidad la Responsabilidad Social empresarial es por ello que se plantean objetivos que ayuden a alinear y enfrentar los retos actuales de las empresas con la sociedad mediante apoyos de desarrollo sostenible convirtiéndose en pionera en la mejora ante la competencia adaptando a las necesidades institucionales conllevando a los empleados a ser mejores en sus actividades y compromiso con la empresa es por ello que se plantea los siguientes objetivos:

Tabla 5

Objetivos estratégicos para aplicar la Responsabilidad Social Empresarial

Objetivos generales	**Aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en la gestión empresarial; mediante estrategias de valor para los grupos de interés interno y externos, considerando criterios económicos, sociales, ambientales.**
Objetivos específicos	**Objetivo Específico 1:** Desarrollar confianza y conocimiento en los empleados sobre la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa, a través de la práctica sustentable para la implementación de actividades de gestión responsables con el entorno.
	Objetivo Específico 2: Promover el compromiso con los empleados en una conducta responsable que fomente la confianza en la sociedad, a través de la difusión del Código de Ética y la implementación de campañas de comunicación del desarrollo sustentable.
	Objetivo Específico 3: Fomentar un ambiente laboral positivo con el compromiso de los empleados hacia la empresa, mediante la implementación de programas motivacionales, por canales de comunicación bidireccionales con la alta dirección, que facilitan la expresión de las necesidades en las áreas de trabajo.
	Objetivo Específico 4: Promover hábitos de consumo responsable y disminuir el uso de insumos a través de programas de reciclaje y campañas de comunicación que fortalezcan el compromiso de los empleados con la protección del medio ambiente.

	Objetivo Específico 5: Transparentar la actualidad de la empresa y la actuación frente a los grupos de interés Stakeholder, a través de la difusión de informes de sostenibilidad.
	Objetivo Específico 6: Fortalecer el respaldo social que brinda la empresa mediante el empoderamiento en diversas actividades y proyectos siendo participes los empleados, con el fin de ser reconocida y. comprometida con las necesidades de la sociedad.

Nota. Ayudan a que la empresa pueda las acciones sean más sostenibles y cumpla con sus metas establecidas

Tabla 6

Indicadores de estrategias para la empresa NJ Jeans

Objetivos	**Indicadores**				
	Táctica	**Fórmula**	**Tiempo**	**Método**	**Meta**
Objetivo Específico 1: Desarrollar confianza y conocimiento en los empleados sobre en la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa, a través de la práctica sustentable para la implementación iniciativos de actividades de gestión responsable con el entorno	Porcentaje de trabajadores que poseen conocimientos sobre Responsabilidad Social Empresarial	Σ empleados encuestados aprobados --- Total de empleados encuestados	Anual	Elaborar encuestas dirigidas a evaluar el grado de conocimiento de los empleados sobre la Responsabilidad Social Empresarial	Alcanzar el 80% de los colaboradores que conozcan sobre Responsabilidad Social Empresarial a través de prácticas sustentables
	Porcentaje de trabajadores capacitados en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial	Σ empleados encuestados aprobados --- Total de empleados encuestados	Anual	Desarrollo de encuestas dirigidas a evaluar la opinión de los empleados acerca de la Responsabilidad Social Empresarial	Total, de colaboradores capacitados sobre la Responsabilidad Social Empresarial
Objetivo Específico 2: Promover el compromiso con los empleados en una conducta responsable que fomente la confianza en la sociedad, a través de la difusión del Código de Ética y la implementación de campañas de comunicación del desarrollo sustentable	Porcentaje de empleados penalizados por motivos éticos	Σ empleados sancionados por temas de ética --- Total de empleados sancionado	Mensual	Clasificación de las sanciones aplicadas a los empleados de la empresa, con el objetivo de identificar las que están vinculadas a aspectos éticos tanto personales como empresariales	Tener el 100% de los colaboradores comprometidos a cumplir el código de ética empresarial para erradicar incumplimiento en el Responsabilidad Social Empresarial
Objetivo Específico 3: Fomentar un ambiente laboral positivo con el compromiso de los	Porcentaje de trabajadores que han participado en iniciativas de	Σ empleados capacitados	Anual	Establecer el número de empleados que han participado y completado los programas de formación del plan de	Alcanzar el 80% del total de los colaboradores siendo participes en iniciativas de capacitación.

empleados hacia la empresa, mediante la implementación de programas motivacionales, por canales de comunicación bidireccionales con la alta dirección, que facilitan la expresión de las necesidades en las áreas de trabajo	capacitación y desarrollo profesional	---------- Total de empleados		capacitación de la empresa	
	Porcentaje de trabajadores que han abandonado la empresa voluntariamente	Σ empleados que han renunciado ---------- Σ Total de empleados	Mensual	Evaluar el número de empleados que dejaron la empresa a causa de un entorno laboral poco favorable	Erradicar el 100% de colaboradores que abandonen por un ambiente desfavorable en sus puestos de trabajo
	Porcentaje de sugerencias de los empleados que han recibido atención por parte de la alta dirección	Σ de sugerencias atendidas ---------- Σ Total de sugerencias realizadas	Anual	Administración de un correo electrónico diseñado para recibir propuestas y solicitudes de los empleados dirigidas a la alta dirección	Alcanzar el 100% de sugerencias por parte de los colaboradores para mejorar sus actividades
	Porcentaje de empleados que opinan que reciben un trato y una compensación adecuada por parte de la alta dirección	Σ número de encuestas con resultados positivos ---------- Σ Total de encuestas aplicadas	Anual	Desarrollo de encuestas para medir la opinión de los empleados respecto a la comunicación y la atención que reciben de la alta dirección en relación a sus necesidades	Lograr que todos los colaboradores tengan su debido trato y su compensación de acorde a su cargo.
Objetivo Específico 4: Promover hábitos de consumo responsable y disminuir el uso de insumos a través de e programas de reciclaje y campañas de comunicación que fortalezcan el compromiso de los empleados con la protección del medio ambiente	Porcentaje de reducción mensual en el consumo de kW/h	Σ de kw/h consumidas al mes ---------- Promedio anual de consumo de electricidad	Mensual	Análisis mensual de las facturas de electricidad y registro del consumo	Comprometer al 100% de los colaboradores a minimizar el consumo de energía
	Porcentaje mensual de reducción en metros cúbicos de agua	Σ de m3 consumidas al mes ---------- Promedio anual de consumo de agua	Mensual	Análisis mensual de las facturas del suministro de agua potable y registro de consumos	Aplicar un plan de reducción de consumo de agua en las actividades empresariales
	Porcentaje de materiales de oficina comprados en el almacén	Σ de material de oficina ---------- Promedio anual de material de oficina	Mensual	Consolidación de las solicitudes de materiales de suministros efectuadas por las diversas áreas de la empresa en la bodega	Erradicar el 100% de desperdicios de materiales de oficina.
	Porcentaje de cajas necesarias en el	Σ de cajas solicitadas bodega	Mensual	Consolidación de las solicitudes de suministros por las diversas áreas de la	Eliminar el desperdicio o deterioro de las cajas para eliminar a la

	Almacén de Suministros de la empresa	---------- Promedio anual entregado de cajas		empresa en la bodega	contaminación empresarial y contribuir al Responsabilidad Social Empresarial
	Porcentaje de bolsas de plástico necesarias en la empresa.	Σ de fundas solicitadas bodega ---------- Promedio anual entregado de fundas	Mensual	Consolidación de materiales de suministros efectuadas la bodega	Aplicar un control del uso de bolsas plásticas y eliminar la contaminación ambiental.
Objetivo Específico 5: Transparentar la actualidad de la empresa y la actuación frente a los grupos de interés Stakeholder, a través de la difusión de informes de sostenibilidad empresarial	Número de informes sobre Responsabilidad Social Empresarial que se han publicado y distribuido a las partes interesadas	# de informes publicados	Anual	Análisis de las publicaciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial en el portal institucional	Utilizar distintos medios tecnológicos actuales para difundir la contribución que realiza la empresa con el medio ambiente ante los Stakeholder
Objetivo Específico 6: Fortalecer el respaldo social que brinda la empresa mediante el empoderamiento en diversas actividades y proyectos siendo participes los empleados, con el fin de ser reconocida y. comprometida con las necesidades de la sociedad	Número de contribuciones realizadas a entidades sin fines de lucro	# de donaciones realizadas	Anual	Evaluación de los procesos de donación a entidades sin ánimo de lucro	Aplicar cada 3 meses actividades, charlas a la sociedad para incentivar el cuidado del medio ambiente y fomentar una cultura de cuidado del medio ambiente mediante la Responsabilidad Social Empresarial en la sociedad

Nota. Los indicadores ayudan a medir el nivel de cumplimiento de sus objetivos en el corto y largo plazo para mejorar las actividades empresariales

f. Líneas estratégicas de actuación

La empresa NJ Jeans muestra cómo se van a desarrollar los objetivos mediante lineamientos de acción y poder lograr cumplir a cabalidad para seguir su desarrollo y poder adaptar a cambios que se presenten en la ejecución tanto internos y externos y se muestra a continuación:

Tabla 7

Líneas de acción para la empresa NJ Jeans

Objetivo	Acciones	Responsable
Objetivo Específico 1	Asegurar la motivación, el compromiso y el apoyo de la alta dirección en la implementación de proyectos de Responsabilidad Social Empresarial, subrayando las ventajas y el impacto favorable que una gestión responsable puede ofrecer a la empresa.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Evaluar la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial para la empresa NJ Jeans, analizar su estado actual y establecer proyecciones; con el fin de reconocer las limitaciones y oportunidades que se presentarán al implementar estrategias.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Fomentar a través de plataformas digitales la difusión de información clave sobre Responsabilidad Social Empresarial y las mejores prácticas de las instituciones gubernamentales.	Dirección de Comunicación
	Desarrollar e implementar programas de capacitación en línea para los empleados de la empresa, con el fin de formarlos en temas relacionados con la ética y el uso responsable de los recursos en su entorno laboral.	Dirección de Comunicación y Dirección de Talento Humano
	Promover la participación de los empleados en los proyectos de Responsabilidad Social Empresarial a través del Comité creado para la empresa NJ Jeans, brindando incentivos de flexibilidad laboral como recompensa por su involucramiento en los programas implementados.	Comité de RSE de la empresa
Objetivo Específico 2	Actualizar y promover el Código de Ética empresarial.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Establecer y verificar procesos que permitan al personal identificar y comunicar cualquier comportamiento que infrinja el Código de Conducta de la empresa NJ Jeans.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Desarrollar y aprobar regulaciones que promuevan la identificación y denuncia de actos de corrupción en todos los niveles de la empresa NJ Jeans.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Desarrollar estrategias de comunicación para fomentar las políticas y procedimientos establecidos por el Comité de Responsabilidad Social Empresarial en lo que respecta a una conducta ética.	Dirección de Comunicación
	Promover la transparencia en la gestión de la empresa en este sector a través de la comunicación de las prácticas, acciones internas y los logros alcanzados por NJ Jeans en lo que respecta a la ética y el comportamiento adecuado.	Dirección de Comunicación

Objetivo Específico 3	Desarrollar mecanismos para evaluar y asegurar el cumplimiento de los derechos humanos dentro de la empresa, además de crear vías para la atención de quejas vinculadas a situaciones de vulnerabilidad.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Establecer un sistema de comunicación eficiente con la alta dirección que facilite a los empleados de la empresa la posibilidad de presentar quejas, reportar abusos o expresar sus necesidades, requerimientos y sugerencias, asegurando una atención oportuna y proactiva.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Fomentar el crecimiento profesional de los trabajadores a través de programas de capacitación enfocados en habilidades, con la finalidad de garantizar un elevado nivel de eficiencia en el equipo.	Dirección de Talento Humano
	Fomentar procesos que optimicen el uso del capital intelectual y respalden el crecimiento profesional, a través de un plan de igualdad que los empleados asignando roles de acuerdo con sus competencias.	Dirección de Talento Humano
	Mejorar el entorno laboral en la empresa es esencial para garantizar la retención del talento humano. Esto se logra a través de la implementación de políticas o mecanismos que fomenten un trato equitativo y respetuoso, así como que faciliten la integración de los empleados en todos los niveles.	Dirección de Talento Humano
	Realizar iniciativas de comunicación interna que impulsen el compromiso organizacional, el respeto por los derechos humanos, el desarrollo profesional, la atención a las necesidades de los colaboradores y la creación de un ambiente laboral seguro y saludable.	Dirección de Comunicación
Objetivo Específico 4	Actualizar el sistema de gestión de energía eléctrica para reducir el consumo energético.	Dirección Administrativa
	Impulsar y facilitar la implementación de documentación digital para reducir el consumo de papel en la empresa.	Dirección de Comunicación
	Implementar acciones orientadas a fomentar la conciencia ecológica, con el fin de educar y capacitar a los empleados para que adopten una nueva visión sobre la vida y su entorno.	Dirección de Comunicación
	Desarrollar iniciativas en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial, en programas de reciclaje, uso consciente de agua y electricidad.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	poner en marcha programas de reciclaje que involucren activamente a todas las áreas tanto administrativas como operativas.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
Objetivo Específico 5	Difundir en el sitio web datos relevantes, verificados y confiables sobre las actividades llevadas a cabo por la empresa.	Dirección de Comunicación
	Comprometerse a desarrollar y comunicar anualmente las acciones que la empresa está implementando en el área de la Responsabilidad Social Empresarial.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Ofrecer información detallada y precisa sobre la empresa a través de canales de comunicación bidireccional permite a los grupos de interés formular preguntas o manifestar sus requerimientos.	Dirección de Comunicación
	Elaborar e implementar estrategias que promuevan la comunicación y refuercen la conexión con los grupos de interés, las cuales van más allá de simplemente proporcionar información, enfocándose en la formación de alianzas y en el establecimiento de compromisos.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Adoptar de forma voluntaria compromisos, normas y directrices basadas en la transparencia empresarial, las cuales han sido implementadas por otras	Comité de Responsabilidad

	organizaciones, y adaptarlas al sector en el que opera NJ Jeans.	Social Empresarial
Objetivo Específico 6	Implementar políticas anticorrupción que fomenten una gestión eficiente y transparente en la producción.	Dirección de Talento Humano
	Definir y formalizar el procedimiento mediante el cual la empresa NJ Jeans llevará a cabo donaciones, con la finalidad de fomentar el bienestar social.	Comité de Responsabilidad Social Empresarial
	Fomentar iniciativas sociales tanto internas como externas con el propósito de destacar los esfuerzos de la empresa NJ Jeans en bienestar comunitario y potenciar el empoderamiento del personal y grupos de interés.	Dirección de Comunicación

Nota. Líneas de acción para la empresa NJ Jeans ayuda alcanzar sus objetivos con calidad, eficiencia de sus productos

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **PINEDA CUNALATA MAYRA ALEJANDRA**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **14%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,28 de mayo del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

Pablo Heredia