

**EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DEL IMPACTO SOCIAL DE LA EMPRESA
COLOMBIANA DE MANUFACTURA TEXTIL ARTURO CALLE EN USUARIOS
FINALES**

AUTORES:

CHRISTIAN ARMANDO AMAZO WALTEROS

JASAY CRISTINA CALDERÓN PACHÓN

SHOJAD MARYAM JYNNEY MONTES RUIZ

UNIVERSIDAD EAN

INGENIERÍA INDUSTRIAL

PROYECTO DE INTEGRACIÓN

TUTOR

MONICA MERCEDES MOYA FORERO

BOGOTÁ, NOVIEMBRE 20 DE 2022

CONTENIDO

1. Resumen Ejecutivo	5
2. Introducción.....	5
3. Objetivos	6
4. Problema De Investigación	7
5. Justificación	8
6. Análisis De Requerimientos.....	9
7. Marco De Referencia	11
7.1 Desarrollo Humano	11
7.1.1 Desarrollo Cognoscitivo.....	11
7.1.2 Desarrollo psicosocial	11
7.2 Impacto Social.....	11
7.2.1 Perspectivas de la responsabilidad Social Empresarial	12
7.2.2 Metodologías para medir el impacto social.....	12
7.2.3 Herramienta de investigación Encuesta	13
7.2.4 Enfoques de Estrategia	13
7.2.5 Enfoques integrador	13
7.3. Sector Manufacturero en textil y confecciones en Colombia.....	14
7.3.2. Fundación.....	16
7.3.3. Productos	16
8. Análisis De Restricciones	23
9. Metodología Para La Selección Y Desarrollo De La Solución.....	24
10. Análisis de Resultados	26
11. Conclusiones.....	40
12. Bibliografía	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Análisis de requerimientos para la recolección de datos, análisis de datos y muestreo. Hecho en draw.io	10
Figura 2. Diagrama de Barras del rango de edades de las personas encuestadas. Hecho en Excel.	29
Figura 3. Género de edades de las personas encuestadas. Hecho en Excel	30
Figura 4. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de “Arturo Calle es una empresa que brinda calidad de productos y servicios”. Hecho en Excel.	30
Figura 5. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que es importante que las empresas inviertan en el bienestar de sus trabajadores". Hecho en Excel. .	31
Figura 6. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Desde su perspectiva Arturo Calle es una empresa comprometida con sus trabajadores, en el caso de su estabilidad laboral durante la pandemia ocasionada por el COVID 19". Hecho en Excel	32
Figura 7. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que Arturo Calle debe buscar otros métodos de apoyo social". Hecho en Excel.....	33
Figura 8. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Le gustaría que Arturo Calle destine los recursos obtenidos, mediante la venta de algunos de sus productos, a una población vulnerable". Hecho en Excel.....	34
Figura 9. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Le gustaría que Arturo Calle lance algunos de sus productos al mercado con base a la economía circular, como por el plástico". Hecho en Excel.	35
Figura 10. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que una alianza de Arturo Calle con artesanos locales, para la promoción de sus productos en las tiendas, tiene un impacto positivo". Hecho en Excel.....	37

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estructura del Marco de Referencia.	19
Tabla 2. Estrategias de inclusión social Arturo Calle	26
Tabla 3. Especificaciones para realizar el tamaño de la muestra. Hecho en Excel.	28
Tabla 4. Equivalencias del porcentaje de confianza de la muestra relacionada al valor Z. Hecho en Excel.	28
Tabla 5. Especificaciones para realizar el tamaño de la muestra y encuestas que se deben realizar. Hecho en Excel.	28
Tabla 6. Matriz de Colores de la Percepción de la Empresa Arturo Calle. Hecho en Excel.	38
Tabla 7. Matriz de Colores de la Percepción de la Empresa Arturo Calle en porcentaje. Hecho en Excel.	39

1. Resumen Ejecutivo

Este documento fue elaborado a partir de la investigación de la empresa Arturo Calle y la percepción de impacto social en usuarios finales, describe la importancia de la compañía por ser generadora de empleo en Colombia, aportando significativamente en la industria textil. En los últimos años esta compañía ha sido ejemplo por el aporte que genera la Fundación Arturo Calle, incentivando la educación, generando empleabilidad y dando apoyo para viviendas en zonas alejadas del país que carecen de oportunidades, su enfoque social ha generado impactos positivos en el mejoramiento de vida de sus empleados, dando como oportunidad a cada uno de ellos el crecimiento personal y profesional dentro y fuera de la compañía, además de la aceptación y percepción positiva de los usuarios finales por el significativo trabajo social e interés del bienestar de sus empleados, clientes y la sociedad en sí.

Palabras Clave

Impacto social, Arturo Calle, Instrumento de recolección de información.

2. Introducción

La presente investigación se refiere al tema de la percepción del impacto social, siendo este una apreciación acerca del cambio de algún aspecto de la sociedad. Tiene su caso de estudio en una de las empresas más importantes del país, Arturo Calle, empresa de manufactura textil. Se relaciona el concepto a la compañía, debido a su actuar en la situación particular del 2020 con la llegada de la pandemia, pues las consecuencias a nivel empresarial, social y económico fueron de gran relevancia a nivel mundial.

La llegada del Covid-19 en todas las industrias en general impacto en el cierre de proyectos, negocios, despidos masivos, entre otros. Esto llevo a que la empresa en estudio generara un cierre voluntario de las plantas y tiendas, al declararse el aislamiento preventivo obligatorio. En temporada alta y con producción al 100%, se generaba en promedio de 550.000 prendas mensuales, pero con la pandemia paso a ser 0 (Arturo Calle, s.f.). La compañía ideó una nueva línea con la producción de tapabocas con el sello de las marcas del Grupo Arturo Calle. Es importante resaltar la gestión de la compañía al mantener su fuerza laboral, al no generar despidos y aún con el cierre de almacenes, seguir pagando sueldos.

Esta situación lleva a indagar acerca de la percepción de la compañía, después de varios reconocimientos por su actuar frente a la pandemia, de la marca y su impacto social frente al consumidor final, tomándose como una población en general.

La investigación se desarrolla mediante consultas e investigaciones de la compañía, conceptos relacionados al impacto social, y se desarrolla un instrumento para la recolección de información para establecer finalmente la percepción del usuario final hacia el plan de gestión social, todo esto con el fin de determinar el nivel de aceptabilidad de la compañía.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Evaluar la percepción del impacto social de la empresa colombiana de manufactura textil Arturo Calle en usuarios finales.

3.2. Objetivos Específicos

- Identificar el plan de gestión social de la empresa Arturo Calle.
- Analizar las estrategias de inclusión social de la empresa Arturo Calle.
- Diseñar e implementar, un instrumento de recolección de información que permita determinar la percepción del usuario hacia el plan de gestión social, que tiene la empresa Arturo Calle.

4. Problema De Investigación

Durante la emergencia sanitaria que se presentó en el año 2020 a raíz del Covid-19, la actividad de las empresas se vio fuertemente afectada teniendo un decrecimiento en su producción, ventas y como consecuencia de esto, en la empleabilidad que cada una ofrecía al momento. Sin embargo, es de resaltar la gestión organizacional dentro de la empresa Arturo Calle al no desvincular colaboradores y continuar con su pago correspondiente aún después de cerrar tiendas. Superando progresivamente la pandemia, se investiga acerca de esta empresa por su particularidad y la percepción e impacto social de la marca, luego de estas acciones principalmente. Teniendo en cuenta que, la construcción y crecimiento de una nueva compañía tiene varios retos tal como el estudio de mercado para la inclusión de nuevos productos para el uso de los consumidores y estrategias económicas que lo identifiquen dentro del radar de los clientes, así mismo se debe tener en cuenta la educación inclusiva social y emocional (Del Río, Cardona, & Guacará, 2017), se identifican estos factores y el impacto social que tuvo y que tiene actualmente la empresa de manufactura textil Arturo Calle en Colombia frente a la implementación de estrategias de responsabilidad social, para mitigar el impacto que tuvo la pandemia sobre la compañía y la sociedad, a partir de esto se presenta la pregunta problema que en base a esta se desarrollara la investigación.

¿Como se puede determinar la percepción del impacto social de la empresa colombiana de manufactura textil Arturo Calle en usuarios finales? Teniendo en cuenta como objetivo general dentro de la investigación analizar la trayectoria de Arturo Calle logrando un impacto social en Colombia, referente a los objetivos específicos planteados para dar a conocer la gestión social de Arturo Calle por medio de la generación de empleo en la industria textil de moda en Colombia, teniendo una política de participación de los empleados, en el mejoramiento de la empresa Arturo Calle.

5. Justificación

Arturo Calle es una compañía colombiana con un impacto social importante, con su Fundación busca mediante alianzas la manera de ayudar a población vulnerable de jóvenes y adultos mayores.

En la crisis sanitaria causada por el virus Covid-19, brindó apoyo económico y mantuvo los cargos aún sin abrir sus almacenes y fábricas. Esto ha hecho que la compañía sea una de las más reconocidas por su impacto social, además sus empleados tienen la posibilidad de obtener beneficios para su crecimiento personal y realizar un plan carrera. (Epstein, 2009).

Debido a la pandemia de Covid-19, y sus consecuencias a nivel productivo, laboral y social, se da la necesidad de indagar acerca de la percepción del impacto social que genera Arturo Calle, justamente consecuente a este problema social y sanitario, para evaluar la marca en los consumidores finales.

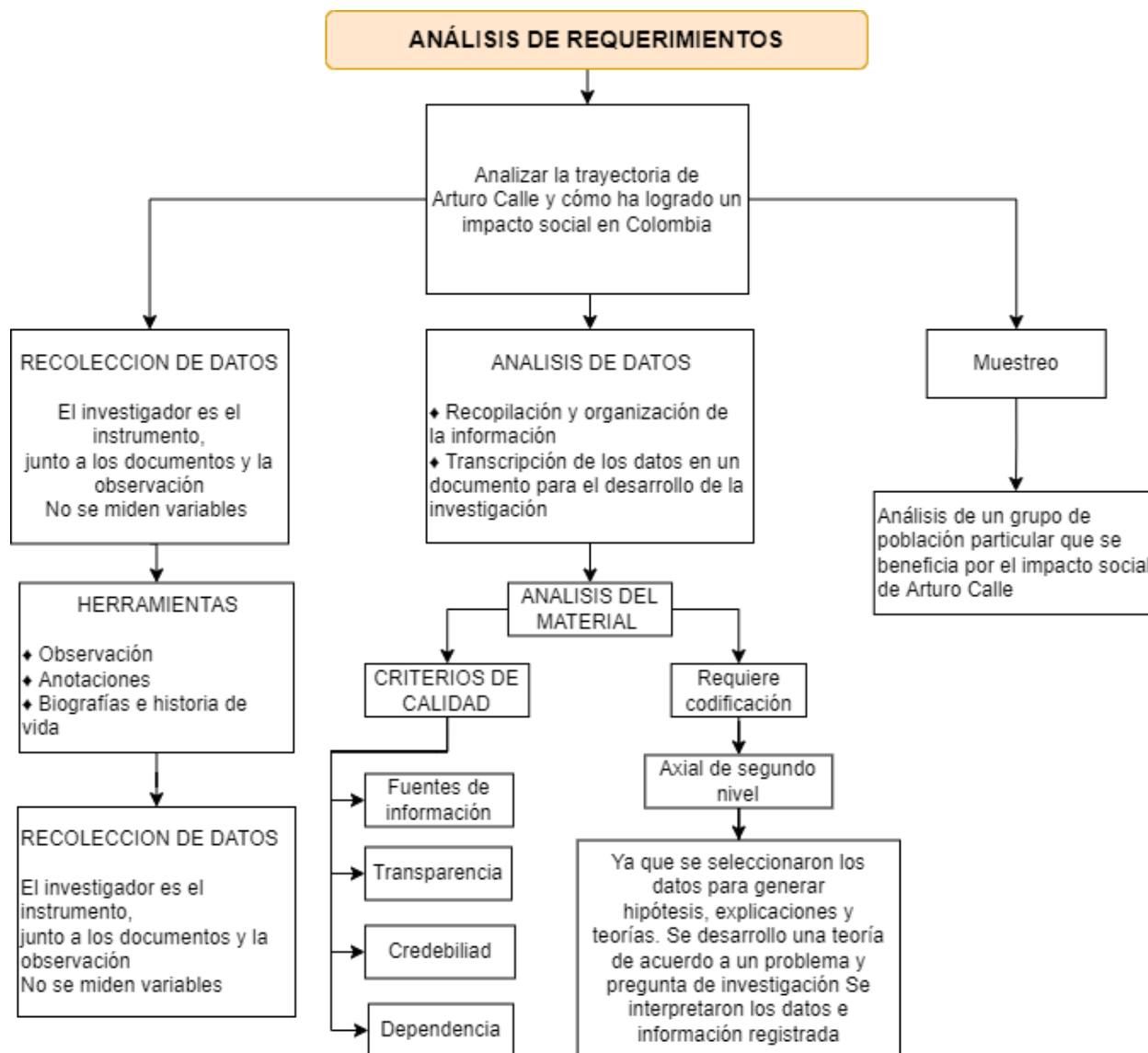
Analizar una empresa textil tan importante como Arturo calle permite que el mercado empresarial se beneficie de las herramientas que esta utiliza para seguir generando recordación y afinidad con el consumidor y también beneficia a los nuevos empresarios para que utilicen estrategias que ya se están implementando actualmente y que les permita apalancarse de una manera segura, para tener éxito en sus ideas de negocio. Además, que también es un beneficio para el desarrollo del país ya que entre más empresas adopten estrategias de inclusión y beneficio social el campo de personas beneficiarias se volverá más extenso lo cual permitirá que el porcentaje de personas que se encuentran en la clase media aumente y se disminuyan los índices de pobreza.

6. Análisis De Requerimientos

El Análisis de requerimientos para el desarrollo del proyecto, las herramientas a utilizar y los mecanismos de investigación se pueden encontrar en el siguiente gráfico.

Figura 1.

Análisis de requerimientos para la recolección de datos, análisis de datos y muestreo. Hecho en draw.io



Nota. La figura representa un diagrama de flujo para el proceso del proyecto, ilustrando el paso a paso de la recolección de datos, análisis de datos y muestreo necesario para iniciar con la planificación de este. La figura representa un diagrama de flujo para el proceso del proyecto.

7. Marco De Referencia

7.1. Desarrollo Humano

El desarrollo humano hace enfoque a los cambios ocasionados por factores de manera sistemática y estable que permite ver el desarrollo desde una perspectiva diferente aplicada a conceptos psicológicos determinados por la sociedad de manera cuantitativa o cualitativa.

Los cuantitativo, se refiere a la cantidad de contestaciones que formula un sujeto y cualitativo, muestra un cambio en la forma de respuesta que emite. (Rodríguez, 2020)

7.1.1. Desarrollo Cognoscitivo

Se desarrollan las cualidades de recordar, aprender y responder los estímulos sensoriales, durante la infancia del ser humano. Están presentes las capacidades de aprender y recordar incluso en las primeras semanas, en la niñez incrementa la comprensión del punto de vista de los demás, sus acciones, aspectos, manera de percibir a las demás personas, entre otros. Se consolida la memoria y el lenguaje y crea beneficios que serán aplicados en dicha etapa hasta la adultez. (Betancourt, 2020)

7.1.2. Desarrollo psicosocial

Comparte el estímulo, el interés y la curiosidad por los temas relacionados con el nicho de mercado, creando una participación en los eventos sociales, expresando emociones más diferenciadoras como la alegría, el amor, el enojo, la sorpresa y la creatividad; impulsando así nuevas líneas de mercado que demuestren sus capacidad y cualidades ante un grupo selecto de la compañía.

7.2. Impacto Social

Influencia o un efecto que se da prácticamente sobre cualquier persona a raíz de un algo basada en el efecto de las acciones que se hayan ejecutado, las grandes compañías adoptan sistemas de enfoque mediante los sectores institucionales, gubernamentales, comerciales y de propósito social, creando cambios favorables en la comunidad.

El impacto social se evalúa desde tres puntos de vista principales: Analítica, que implica una evaluación exhaustiva y del contexto social y los impactos del proyecto tanto positivos como negativos, participativo, involucra a todos los implicados e interesados de manera significativa y de gestión, donde los resultados de los análisis y la participación se integran en la toma de decisiones.

7.2.1. Perspectivas de la responsabilidad Social Empresarial

Desde la institucionalidad se deben cumplir los requisitos legales y mantener el equilibrio entre la efectividad y transparencia, con los gobiernos, influye en la cooperación y gestión de programas que promuevan el desarrollo económico viable, con la comunidad, la retribución adecuada por los impuestos pagados bien sea por los derechos del consumo y la promoción de estilos de vida saludable a precios adecuados garantizando el producto. Con los empleados, el respeto y valor al trabajador y las normas, realizando un reconocimiento público mejorando las condiciones laborales y la proyección de vida, finalmente con el medio ambiente, disminuyendo el impacto ambiental y protegiendo los recursos en la promoción de energías limpias y el desarrollo de procesos de investigación y formación que sean favorables a toda la sociedad en general (Calvo, 2018)

7.2.2. Metodologías para medir el impacto social

Algunas de las metodologías de medición se basan en cuatro fases, la primera es la identificación de problemas dando una descripción del proyecto u el área de influencia, la segunda es la predicción, análisis y evaluación de las vías de impacto, identificando variables para la evaluación de un perfil centrado en la comunidad, la tercera desarrolla las estrategias de evaluación, implementando y midiendo la participación de los involucrados determinando los alcances e impactos en ellos, finalmente el diseño de programas de monitoreo, preparando estrategias de mejora a través de informes y mecanismos. (Cioppo y Bello, 2018)

7.2.3. Herramienta de investigación Encuesta

La encuesta es una técnica de recopilación de información, es la aplicación de un procedimiento estandarizado, valido por diferentes técnicas como lo es el cuestionario y/o la entrevista, puede ser oral o escrita, con la que se busca recolectar información sobre una conducta y/o experiencia de los individuos, datos de actitudes, características personales y circunstancias sociales, de tal forma que se proporcione información sobre algún contexto o tema en específico. (Del Cid, Sandoval, & Méndez, 2011)

7.2.4. Enfoques de Estrategia

Enfoque de estrategia es un modelo competitivo basado en ofrecer un producto muy específico a una población con baja competencia. Arturo Calle tiene un enfoque en la estrategia del desarrollo de productos en variedad e innovación incluyendo nuevas líneas como la línea “Kids”, sus diseños y confección de prendas permiten mantener siempre el estilo formal y elegante en sus prendas para caballero, ajustándose a las tendencias que impone la moda a través del tiempo. (Gómez, 2017).

7.2.5. Enfoques integrador

Algunos factores claves en el emprendimiento y estilo de esta compañía ha sido, la implementación de la estrategia de integración horizontal (Gómez; 2017), esta se define por ser la unión de dos o más empresas productoras de un mismo bien, con el objetivo de producirlo en una organización única, mediante alianzas y su importancia en el mercado con mayor poder o participación que las restantes, mediante esta estrategia busca eliminar a la competencia, ganar más poder de mercado, lograr poder de negociación frente a proveedores o compradores e incrementar su participación. (Tamayo & Piñeros; 2007). Además de la implementación de esta estrategia, la innovación de diseños y confección de las telas en diferentes estilos, su amplio portafolio de productos que satisfacen la necesidad de los clientes, hace que la compañía sea una de las más importantes en el mercado colombiano.

7.3. Sector Manufacturero en textil y confecciones en Colombia

La industria textil y de confecciones de la que hace parte la compañía, es uno de los sectores de manufactura de mayor importancia para el desarrollo de la economía nacional, esta industria contribuye a la generación de empleo usando recursos naturales como materia prima, demandando en sectores como el agrícola en cultivos de algodón y ganadería para la confección con pelos finos y lanas, industria de plásticos para cierres y botones, además de químicos para el tratamiento de estos y productos de mantenimiento. (Sánchez, A. s.f).

7.3.1. Arturo Calle - Empresa

Arturo Calle empresario de la Compañía Textil que lleva su nombre, nacido en Medellín, en el barrio Manrique, paso parte de su vida en Robledo Antioquia, iniciando su trayectoria empresarial en el área de la mecánica industrial de Hilanderías Pepalfa, empresa fabricante de medias, duro aproximadamente dos años e inicio su emprendimiento en San Victorino, nombrando a su primer almacén como La Camisita, un tiempo después este cerro y compro una propiedad para su compañía a la que llamo “El Dante” y fue así que tiempo después cambio su nombre por el de Arturo Calle, poco a poco fue comprando almacenes para su compañía en búsqueda de la expansión. (Ruiz & Rodríguez, 2012). Arturo decidió fabricar directamente sus productos realizando alianzas con otras empresas de manufactura y confección como CO&TEX, FRAC y Baena Mora, de tal forma le ha permitido garantizar a sus clientes la mejor relación calidad precio, además del buen servicio al cliente. (America Retail, 2021)

Carlos Arturo Calle, gerente general del Grupo Empresarial, en una serie de entrevistas con la revista Portafolio, se encarga de hablar de la operación de la compañía y como reconoce que la organización empezará a generar un subsidio a la nómina que ofrece el Gobierno Nacional, al ser una de las empresas que más tiene contratación en el país, con el fin de proteger los 6.000 empleos que genera de manera

anual. El COVID 19, sin duda afecto a todos los sectores, pero a uno que le ayudo a reinventarse con las necesidades nuevas del usuario final, ha sido Arturo Calle, con “la nueva comodidad”, que exige el mercado de ahora (Portafolio, 2020).

Para este caso la organización Colombiana Arturo Calle, con sede principal en Bogotá, Cundinamarca, fundada en el año de 1968, cuyo sector de la economía es “Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados” acorde al CIIU 4771, con el nicho de mercado está enfocada en la industria textil, cuyos principales productos son todo tipo de prendas de vestir y marroquinería para hombres, niños, niñas, mujeres y jóvenes. 40 años después en el mercado decide expandir su producción a centro América teniendo participación en Guatemala, El Salvador, Costa Rica y Panamá con todos sus productos de innovación y tendencia en el mercado.

Esta empresa colombiana tiene más de 100 tiendas a nivel nacional e internacional y su producción está enfocada en suplir las necesidades del mercado, con la participación de más de 5.400 empleados. Arturo Calle lleva en el mercado más de 50 años y en la actualidad es una de más importantes en el sector textil, marca para hombre con mayor Top Of Mind y posicionamiento, se manejan procesos desde la planeación, dirección, control y marketing, enfocados en cuatro líneas formal, business casual, casual y deportivo, se destaca por tener productos de elegancia, calidad, variedad, buen precio, estilo e innovación. (Sepúlveda, Porras Barragán, Rincón, & Reyes; 2021)

Adicionalmente la fundación Arturo calle C, “trabaja para reducir los índices de pobreza a nivel nacional, mediante programas dirigidos principalmente a los jóvenes y la tercera edad en

las regiones más vulnerables de Colombia, brindando apoyo económico a proyectos orientados al desarrollo social del país facilitando el acceso a servicios integrados de salud, vivienda, educación y proyectos productivos, para la construcción de una sociedad más equitativa y próspera.”(Fundación Arturo Calle C, s.f)

7.3.2. Fundación

Arturo Calle cuenta con una fundación propia que lleva el nombre de Fundación Arturo Calle C., entidad sin ánimo de lucro enfocada en la reducción de índices de pobreza a nivel nacional, esta está dirigida principalmente a jóvenes y adultos que se encuentren en la tercera edad en las regiones más vulnerables de Colombia, brindan apoyo económico a proyectos orientados al desarrollo social del país, esto para facilitar el acceso a servicios integrados de salud, vivienda, educación y proyectos productivos, basándose en el propósito de construir una sociedad más equitativa y próspera. La fundación cuenta con algunas alianzas para el logro de sus objetivos, algunas Universidades como La Javeriana, La Salle, El Bosque, empresas y laboratorios clínicos como Chalver Laboratorios, Tecnoquímicas S.A., Laboratorios Laproff, el Hospital Universitario San Ignacio además de entidades estatales como La policía y el Ejército Nacional. (Fundación Arturo Calle; s.f)

7.3.3. Productos

Arturo Calle cuenta con un amplio portafolio de productos, en sus inicios solo confeccionaba prendas para hombres, actualmente han explorado nuevos mercados como Línea KIDS e incorporado prendas para mujeres, además de accesorios para lucir un porte más elegante. La compañía maneja diferentes líneas de acuerdo con las necesidades de sus clientes, prendas casuales, formal, business y linos. En la sección clasificada como ropa se encuentran prendas como blazers, buzos, camisas, camisetas, polos, chaquetas, chalecos, sweaters, jeans, bermudas,

pijamas, ropa interior, medias y camisillas. Además de esto son fabricantes y comercializadores de zapatos formales, casuales, mocasines, botas, tenis y sandalias, accesorios como billeteras, gafas, mancornas, correas, reatas, gorras, pañuelos y por su puesto una amplia variedad de corbatas y corbatines. (Arturo Calle, s.f.)

7.4. Plan de gestión social de la empresa Arturo Calle

El plan de Gestión social de la Empresa Arturo Calle contempla el mantener los beneficios para más de 6.000 (seis mil) empleados directos y así misma beneficiaria a sus familias (aproximadamente 15.000) pagando los salarios durante el cierre de las tiendas a causa de la pandemia del Covis-19 en Colombia; desde el primer momento que se confirma los primeros casos, la junta directiva decide cerrar las tiendas y acudir a lo anteriormente mencionado “tenemos que defender primero la parte humana y a nuestros empleados que el dinero” (Calle A. , 2020)., así mismo, mediante su fundación Arturo calle se distribuyeron durante el mismo periodo diez mil mercados y kits de aseo para las familias en condiciones más vulnerables.

En una entrevista para El Espectador al empresario Arturo Calle en la sección de economía, a la pregunta: ¿Cuál es su lectura de la situación económica y social que se está viviendo?, Calle (2020) El gerente general responde, “Si aprendemos una lección es que debemos cambiar el rumbo que llevaba la humanidad. Por un lado, nuestras formas de interactúa. Se nos olvidó que lo fundamental es el ser humano, las familias, los principios”.

Dentro de los planes de Gestión social de Arturo calle está planteado y establecido el aporte continuo y respaldo a cualquier iniciativa que promueva a la educación de miles de colombianos, ayudando a que estudiantes de escasos recursos con altos promedios académicos tengan la oportunidad de estudiar en universidades privadas del país y al culminar puedan ayudar y continuar con el progreso de sus familias.

En la salud, la empresa está comprometida con la confección de dotación y ropa de cama en los hospitales de mayor flujo y en los que se encuentran en lugares remotos o de difícil acceso para mejorar la calidad

de estadía y atención a los pacientes con ayuda de Essentia, que es una filial de Ecopetrol, y Bio Bolsa y el impulso a la adquisición de una vivienda propia.” Hoy en día, la firma apoya a 200 fundaciones mensualmente”

Tabla 1. Estructura del Marco de Referencia.

TEMA Y SUBTEMA	TEORIA / MODELO / CONCEPTO	DESCRIPCIÓN O IDEA CENTRAL	AUTOR Y AÑO	FUENTE APA
7.1 Desarrollo Humano	Estudio de todos los procesos que tiene el ser humano de manera sistemática y estable que desarrolla sus capacidades a lo largo de su vida	El conocer a los seres humanos, aumenta la probabilidad de predecir el comportamiento futuro e interferir a tiempo una cantidad de cualidades para evitar problemas	(Papalia, 2017)	PAPALIA, D. Desarrollo humano. (2017) Ed. 13. Ed. McGraw-Hill Interamericana. [en línea] Disponible en: https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=4610
7.1.1 Desarrollo Cognoscitivo	“Pauta de cambio de los procesos mentales, como aprendizaje, atención, memoria, lenguaje, pensamiento, razonamiento y creatividad”	Enfoca a desarrollar las actividades de manera consciente y de atención, haciendo referencia a la memoria y perfección	(Papalia, 2017)	PAPALIA, D. Desarrollo humano. (2017) Ed. 13. Ed. McGraw-Hill Interamericana. [en línea] Disponible en: https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=4610
7.1.2. Desarrollo psicosocial	“Pauta de cambio de emociones, personalidad y relaciones sociales”	Motivación a las personas mediante beneficios de bienestar, que incentivan a un mejor desarrollo interpersonal	(Papalia, 2017)	PAPALIA, D. Desarrollo humano. (2017) Ed. 13. Ed. McGraw-Hill Interamericana. [en línea] Disponible en: https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=4610
7.2 Impacto Social	Todo vínculo con la sociedad que genere resultados con un impacto principalmente positivos en determinada comunidad	Producir proyectos sociales que favorezcan a las comunidades implicadas bien sea en la ubicación de una planta de producción o	(Serje,2015)	SERJE, M. Los impactos sociales. (2015) Ed. 1. Ed. Uniandes. [en línea] Disponible en: https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/70584

		la zona de donde se está sacando la materia prima		
7.2.1. Perspectivas de la responsabilidad Social Empresarial	Desde el punto de vista empresarial “Se emplea para describir una amplia variedad de iniciativas de orden económico, social y medioambiental”	Se basa en la creación de un producto que llegue al usuario con la mejor calidad posible sin afectar a la mayor parte de la población.	(Morros, 2005) (Vidal, 2005)	Morros, J. (2006) Responsabilidad Social Corporativa. [En línea] Disponible en: https://books.google.com.sv/books?id=ctMhZbUX5G4C&printsec=frontcover#v=onepage&q=empresarial&f=false
7.2.2. Metodologías para medir el impacto social	El desempeño de una buena medición del impacto social difiere de realizar una recolección adecuada de datos tanto financieros como sociales, de tal manera que los resultados en los stakeholders (grupos de interés) sea positivo	La elaboración de encuestas y el estudio de mercado ayuda a establecer un objetivo claro y determina el impacto que tendrá el producto en la sociedad en un lapso determinado.	(Epstein, 2009) Sostenibilidad empresarial	Epstein, M. (2009) Sostenibilidad empresarial: administración y medición de los impactos sociales, ambientales y economía. [En línea] Disponible en: https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/69103?page=181
7.2.4. Enfoques de Estrategia	Modelo competitivo basado en ofrecer un producto muy específico a una población con baja competencia.	Se enfocarse en lograr una ventaja competitiva en el mercado como elemento diferenciador a corto y largo plazo mediante las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades del negocio.	(Valdez, 2010)	Valdez, M. (2010) Estrategias organizacionales de competitividad: enfoques regionales. Ed. Plaza y Valdez. [En línea] Disponible en: https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/38947
7.2.5. Enfoques integradores	Estrategia de enfoque integrador en Arturo Calle	Estrategia de integración horizontal por unión de dos o más empresas productoras de un mismo bien para eliminar competidores	(Gómez; 2017) (Tamayo & Piñeros; 2007).	Gómez Peñaloza, L. S. (2017). <i>Diagnóstico para identificar factores claves que debe tener un emprendedor exitoso en su idea de negocio, por medio de la revisión de casos de éxito en Colombia</i>

				<p>(Bachelor's thesis, Fundación Universidad de América).</p> <p>Tamayo, M. P., & Piñeros, J. D. (2007). Formas de integración de las empresas. <i>Ecos De Economía: A Latin American Journal of Applied Economics</i>, 11(24), 27–45. Retrieved from https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ecos-economia/article/view/722</p>
7.3. Sector Manufacturero en textil y confecciones en Colombia	Industria textil y aportes importantes	Importancia y principales aportes de la manufactura textil	Sanchez Asparrín. (s.f)	<p>Sanchez Asparrín. (s.f) Optimización del cálculo de recursos productivos para contización en una empresa de confecciones. Disponible en la web : https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/sanchez_ay/cap1.pdf</p>
7.3.1. Arturo Calle - Empresa	Empresa Colombiana del sector textil	Descripción empresa de manufactura desde sus inicios hasta la actualidad	<p>(America Retail, 2021)</p> <p>(Ruiz & Rodríguez, 2012).</p> <p>(Sepúlveda, Porras Barragán,</p>	<p>America Retail (2021) Historia de Arturo Calle. Disponible en la web: https://www.america-retail.com/directorioretail/arturo-calle/</p> <p>Ruiz Zuluaga, M. L., & Rodriguez Rojas, L. M. (2012). <i>Vida y muerte empresarial: estudios empíricos de perdurabilidad: subproyecto: empresas saludables. Caso Arturo</i></p>

			Rincón, & Reyes; 2021)	<i>Calle</i> (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario). Sepúlveda Mantilla, J. F., Porras Barragán, M. A., Marín Rincón, K. J., & Reyes Forero, S. (2021). <i>Comportamiento de compra y venta en canales presenciales y digitales, en la empresa Arturo Calle durante el periodo de pandemia abril a diciembre del 2020 por covid-19 en Colombia</i> (Bachelor's thesis, Especialización en Administración Financiera Presencial).
7.3.2. Fundación	Fundación Arturo Calle.	Descripción de la Fundación de la compañía Arturo Calle y sus alianzas.	Fundación Arturo Calle s.f.	Fundación Arturo Calle s.f. Disponible en la Web: https://fundacionarturocalle.com/nuestros-aliados/
7.3.3. Productos	Línea de productos	Prendas que se ajustan a las necesidades de los clientes, manejando calidad y buen precio	Página Web Arturo Calle s.f	Arturo Calle, s.f. Catalogo. Disponible en la web: https://www.arturocalle.com/

Nota: La tabla es un resumen de la bibliografía consultada para construir el marco teórico y sirve al lector para guiarse.

8. Análisis De Restricciones

Los problemas de ingeniería pueden tener diversas soluciones, los ingenieros resuelven variedad de problemas que tiene la sociedad y la industria, al realizar el análisis de restricciones se debe revisar información de carácter técnico, normativo, económico, social, ambiental y cartográfico. De todas las soluciones que se puedan tener, la ingeniería encuentra restricciones como las siguientes:

8.1. Económicas

Si se va a poner una empresa privada, pero el dinero disponible para la solución supera el grado de inversión que se necesita ya se pone una restricción, se tiene que trabajar con el dinero que es posible. Se debe también analizar el marco macroeconómico, en un contexto en el cual haya expropiación por parte del estado hará que en esos momentos no se pueden plantear cierto tipo de soluciones. Los cambios en el contexto político también pueden generar profundas transformaciones económicas y sociales. Los subsidios y las barreras arancelarias pueden hacer viables proyectos que no deberían serlo pero que encuentran apoyo en las anteriores disposiciones. De acuerdo con esto Arturo Calle podría disponer luego de realizar un análisis financiero detallada la posibilidad de destinar una parte del ingreso por alguna prenda en específico que se maneje exclusivamente para el apoyo a fundaciones o trabajo social para niños o adultos

8.2. Salud y seguridad

Cuando una solución que es insegura, que atente contra la salud de los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente debe ser abandonada, para ello es importante que Arturo Calle realice estudios previos antes de tener una intervención que afecte la seguridad o la salud de los involucrados en el apoyo social en el que este enfocado.

8.3. Socioculturales

Los cambios en los hábitos o costumbres de los consumidores tienden a modificar sus gustos y preferencias, lo que genera demanda de nuevos productos y servicios o simplemente el abandono de otros que se consumían regularmente, para ello Arturo Calle debería realizar un estudio de mercado para identificar los cambios que podrían generarse en la sociedad y sus consecuencias positivas o negativas.

9. Metodología Para La Selección Y Desarrollo De La Solución

Objetivos específicos:

La identificación del plan de gestión social de la empresa Arturo Calle se realizará por medio de la investigación de información de diferentes fuentes que abarcan temas como el origen, desarrollo y crecimiento de la empresa teniendo en cuenta el apoyo y enfoque social.

Se realizará el análisis de estrategias de inclusión social de la empresa Arturo Calle identificadas en las fuentes de información de la compañía como datos o entrevistas directamente relacionadas.

Se desarrollará e implementara, un instrumento de recolección de información que permita determinar la percepción del usuario hacia el plan de gestión social, que tiene la empresa Arturo Calle, por medio del uso de la herramienta digital Microsoft Forms que permitirá de forma práctica recolectar datos cuantitativos para su posterior análisis de los resultados obtenidos.

Objetivo General:

Por medio de una metodología cuantitativa y el uso de una herramienta de investigación, se evaluará la percepción del impacto social de la empresa colombiana de manufactura textil Arturo Calle en usuarios finales, se realizarán 9 preguntas de selección a 365 personas, para determinar el nivel de aceptabilidad.

Para la generación de posibles soluciones y el análisis detallado para identificar la mejor alternativa, teniendo en cuenta el análisis de restricciones, implica generalmente los siguientes aspectos:

• Evaluación De Las Soluciones:

Solución Global

Generar más empleabilidad en Arturo Calle a personas que estas terminando sus estudios profesionales y capacitar a las personas técnicas o tecnológicas con un plan carrera dentro de la empresa.

Función Objetiva

Aumentar las ganancias de la empresa, mediante una mayor productividad de prendas.

Variables

Número de empleados en entrenamiento, Número de empleados en operaciones, Número de empleados administrativos, Cantidad de materia prima en las áreas de confección, Costo de horas trabajadas, gasto en servicios públicos, gasto en arriendo en la ubicación, ampliación de lugares de trabajo si se contrata más personal.

Restricciones

Aumento de sueldo de los empleados existentes, creación de nuevos puestos de trabajo y remuneración por parte de pago de salarios de nómina.

10. Análisis de Resultados

- Análisis de estrategias de inclusión social Arturo Calle.

Tabla 2. Estrategias de inclusión social Arturo Calle

Estrategia	Resultado
Fundación Arturo Calle	Entidad sin ánimo de lucro enfocada en la reducción de índices de pobreza a nivel nacional, dirigida principalmente a jóvenes y adultos que se encuentren en la tercera edad en las regiones más vulnerables de Colombia, apoyo económico a proyectos orientados al desarrollo social del país, esto para facilitar el acceso a servicios integrados de salud, vivienda, educación y proyectos productivos.
+100 tiendas a nivel nacional e internacional	Producción está enfocada en suplir las necesidades del mercado, con la participación de más de 5.400 empleados, esto genera disminución en índice de desempleo a nivel nacional y aumenta la economía del país y del sector de industria textil.
Plan Carrera en Arturo Calle	El plan carrera da oportunidad a sus empleados de crecer internamente dentro de la compañía, capacitarse para su desarrollo profesional y personal.

Nota: Realizado por los autores

- Análisis de recolección de información de la percepción del usuario final hacia el plan de gestión social de la empresa Arturo Calle.

Se obtienen 365 encuestas entre hombres y mujeres que sean mayores de 18 años, que se encuentra el formato en el ANEXO 1 Encuesta y que se asocia a este link <https://bit.ly/3XfSwL0>. Esto permite tener una mejor veracidad en los datos ya que se tiene un porcentaje de confianza de los datos de un 95%, solo teniendo un 5% de margen de error en el mismo, los resultados se evidencian en el ANEXO 2 Análisis Estadístico.

Tamaño de la Muestra

Estimación de proporciones de una variable cuantitativa, se evidencia en la Tabla 3. Se conoce el tamaño de la población y no hay encuesta anterior. Para una población estimada de 7500 hombres y mujeres, que sean menores a 18 años, estén entre los 18 a 30 años, y, por último, que sean de 31 años en adelante. Mediante un análisis estadístico de muestras de población, se establece un nivel de confianza del 95% se puede evidencia en la Tabla 4, con un 50% de probabilidad de que el evento estudiado sea un éxito y un 50% de probabilidad de que el evento no ocurra y un margen de error o significancia del 5%; se concluye que se deben realizar 365 encuestas con las condiciones anteriores evidenciado en la Tabla 5.

Parámetros, Valores y Observaciones

N, 7500, Hombres y Mujeres - Menores de 18 años, Entre los 18 a 30 años, 31 años en adelante,

Z, 1,96, Nivel de confianza del 95%.

P, 50%, Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito),

Q, 50%, Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

e, 5,00%, Error de estimación máximo aceptado (Nivel de significancia).

Tabla 3. Especificaciones para realizar el tamaño de la muestra. Hecho en Excel.

TAMAÑO DE LA MUESTRA		
PARAMETROS	VALORES	OBSERVACIONES
N	7500	Hombres y Mujeres - Menores de 18 años, Entre los 18 a 30 años, 31 años en adelante
Z	1,96	Nivel de confianza del 95%
P	50%	Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
Q	50%	Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado
e	5,00%	Error de estimación máximo aceptado (Nivel de significancia)

Nota: N es la población total de personas, Z es el número asignado para un nivel de confianza del 95%, P es la probabilidad de ocurra el evento, Q es la probabilidad de que no ocurra el evento y e es el nivel significancia o porcentaje de error del 5%.

Tabla 4. Equivalencias del porcentaje de confianza de la muestra relacionada al valor Z. Hecho en Excel.

Nivel de confianza	Z alfa
99,7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Nota: Para el caso de estudio se estableció el 95% el nivel de confianza resultando con un Z del 1,96 de muestra poblacional.

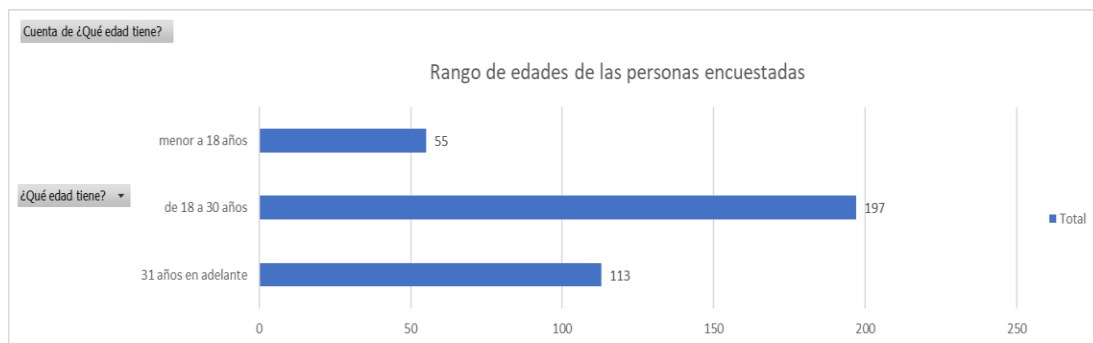
Tabla 5. Especificaciones para realizar el tamaño de la muestra y encuestas que se deben realizar. Hecho en Excel.

n	365,4879515
n	365

Nota: Con las especificaciones del tamaño de la muestra, se aplica la fórmula de n, que nos da la población que debe ser encuestada. Da como resultado que se deben hacer 365 encuestas.

En la figura 2 se evidencia que en las 365 encuestas que se realizaron a las personas, 197 respuestas están en un rango de edad de 18 a 30 años, seguido de 113 respuestas para 31 años en adelante, y, por último, 55 respuestas para el rango de personas que son menores de 18 años. Esto significa que el 53.97% de los encuestados que son el rango de edad de 18 a 30 años, son los que desean adquirir sus prendas, motivo por el cual debe ser un mercado más juvenil o “business casual” que denominan entre la comodidad y la elegancia, que siempre ha sido la propuesta de valor de Arturo Calle.

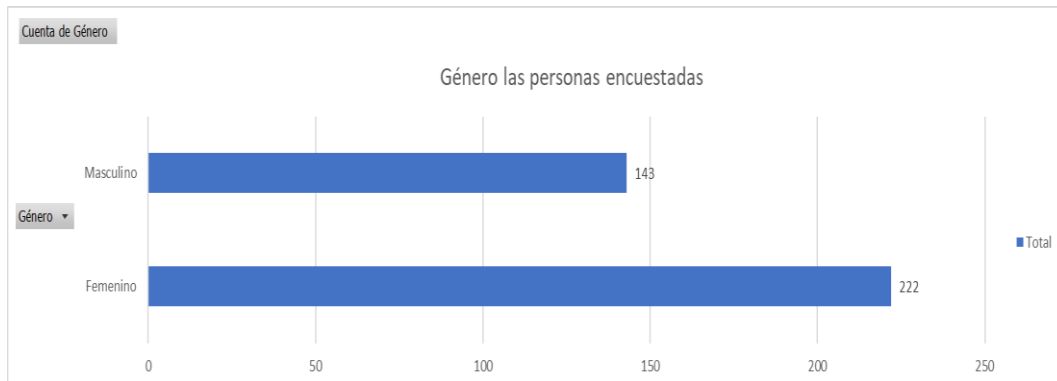
Figura 2. Diagrama de Barras del rango de edades de las personas encuestadas. Hecho en Excel.



Nota: Realizado por los autores

Se encontró que en gran porcentaje las personas que más interactuaron en la encuesta fueron mujeres, obteniendo 222 respuestas como se puede observar en la figura 3. Por otro lado, se tienen 143 respuestas de género masculino. Arturo Calle dentro de su línea textil incorporó una sección femenina, lo que impulsa su ampliación en el mercado y la generación de su crecimiento comercial por el impacto en el género femenino.

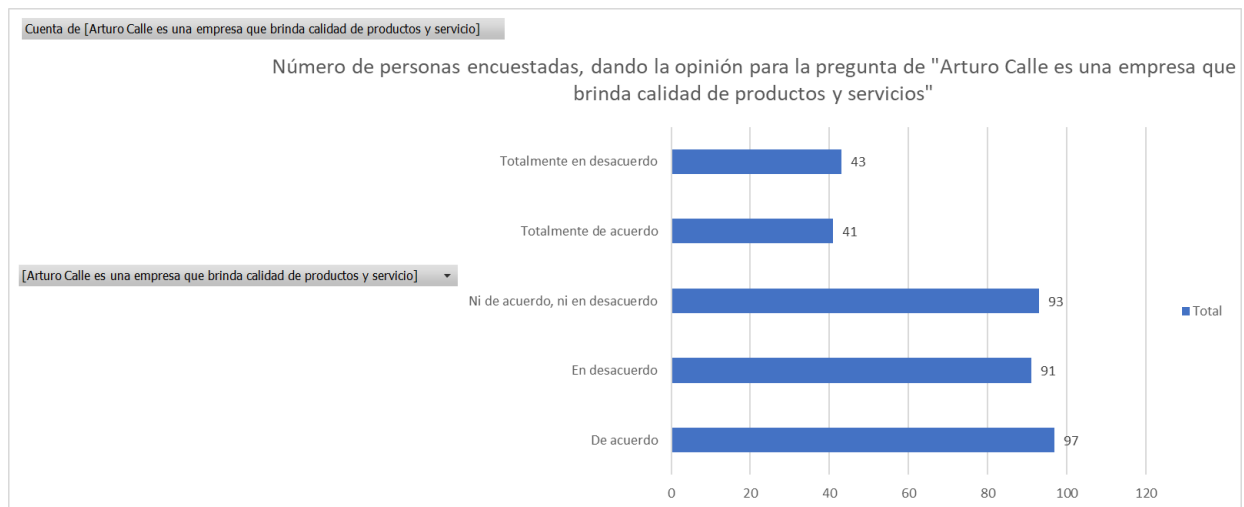
Figura 3. Género de las personas encuestadas. Hecho en Excel



Nota: Realizado por los autores

De acuerdo con la pregunta que hace referencia a Arturo Calle como una empresa que brinda calidad de productos y servicios, resultan 97 personas ‘de acuerdo’, 93 ‘ni de acuerdo ni desacuerdo’, 91 en ‘desacuerdo’, 43 ‘totalmente en desacuerdo’ y 41 ‘totalmente de acuerdo’, como se observa en la Figura 4. Se evidenció que el 26.57% de las personas están de acuerdo con la calidad de los productos y servicios que brinda Arturo Calle; sin embargo, el 25.48% se encuentra en una opinión intermedia respecto a esta evaluación. Por último, el 24.93% de los encuestados están en desacuerdo, esto se puede presentar como una oportunidad de mejora para la empresa en el uso de PQRs.

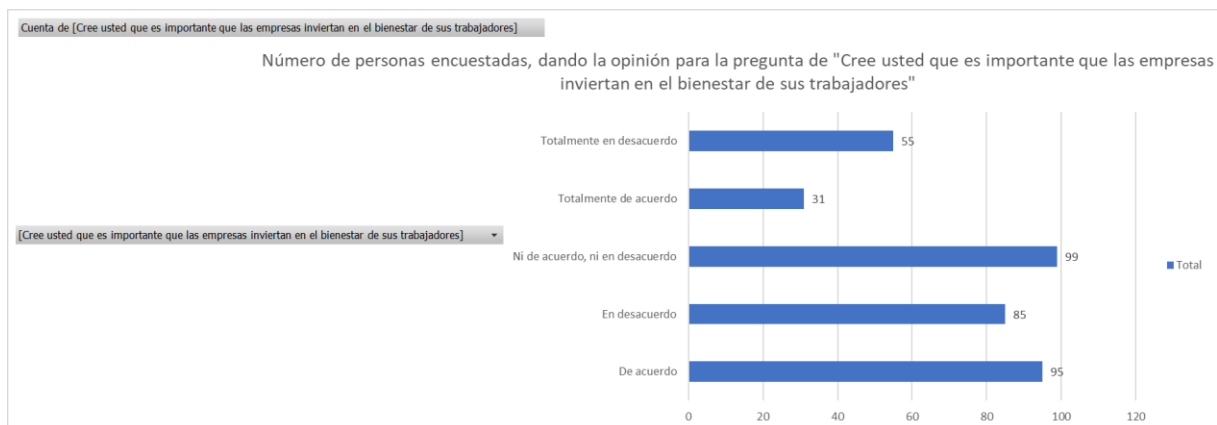
Figura 4. Número de *personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de “Arturo Calle es una empresa que brinda calidad de productos y servicios”*. Hecho en Excel.



Nota: Realizado por los autores

La pregunta en la cual se pide la opinión respecto a “Cree usted que es importante que las empresas inviertan en el bienestar de sus trabajadores”, se encuentra que, de las 365 personas encuestadas, 95 personas están ‘de acuerdo’, 99 ‘ni de acuerdo ni desacuerdo’, 85 en ‘desacuerdo’, 31 ‘totalmente en desacuerdo’ y 55 ‘totalmente de acuerdo’, como se observa en la Figura 5. El 26.03% indica que la percepción de los usuarios finales está satisfecha con el servicio recibido por parte de los vendedores, pudiendo ser este un factor de buen clima laboral y bienestar dentro de la compañía, el mayor porcentaje que es de 27.12% es indeciso, este se puede presentar porque el invertir en el bienestar del trabajador no es una prioridad en todas las compañías. Por último, el 23.29% de los encuestados, no le es relevante el tema del bienestar del trabajador

Figura 5. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que es importante que las empresas inviertan en el bienestar de sus trabajadores". Hecho en Excel.

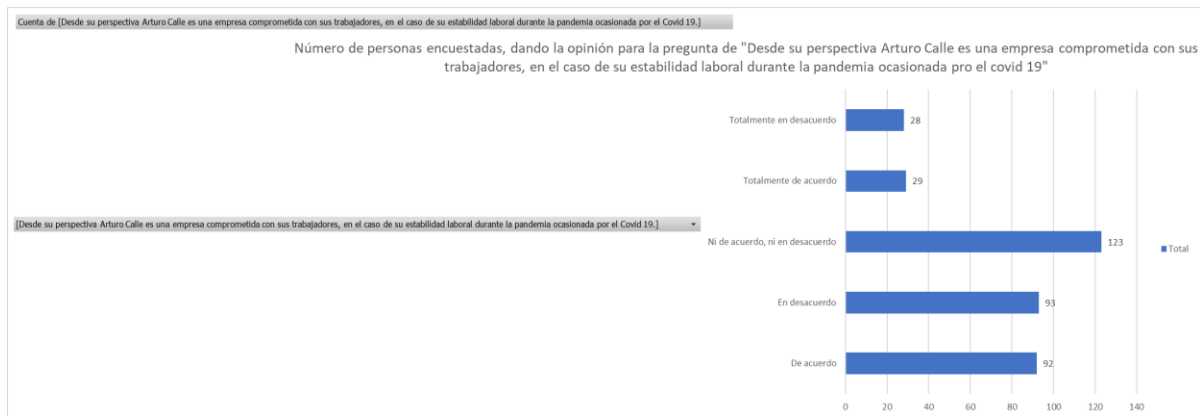


Nota: Realizado por los autores

Se encuentra que, de las 365 personas encuestadas, 92 personas están ‘de acuerdo’, 123 ‘ni de acuerdo ni desacuerdo’, 93 en ‘desacuerdo’, 28 ‘totalmente en desacuerdo’ y 29 ‘totalmente de acuerdo’, como se observa en la Figura 6 con la pregunta: “Desde su perspectiva Arturo Calle es una empresa comprometida con sus trabajadores, en el caso de su estabilidad laboral durante la pandemia ocasionada por el COVID 19” arrojando que el 25.20% de los encuestados están de acuerdo con las acciones tomadas por la empresa Arturo Calle a inicios de la pandemia, el 33.70% aún no sabe cómo responder, esto debido a las noticias poco favorables laboralmente durante la emergencia sanitaria en el país. Sin embargo, es importante mencionar que Arturo Calle fue una de las compañías pioneras en la conservación de más de 5000 empleos que tuvieron remuneración durante la emergencia.

Figura 6. Resultados de la pregunta de "Desde su perspectiva Arturo Calle es una empresa

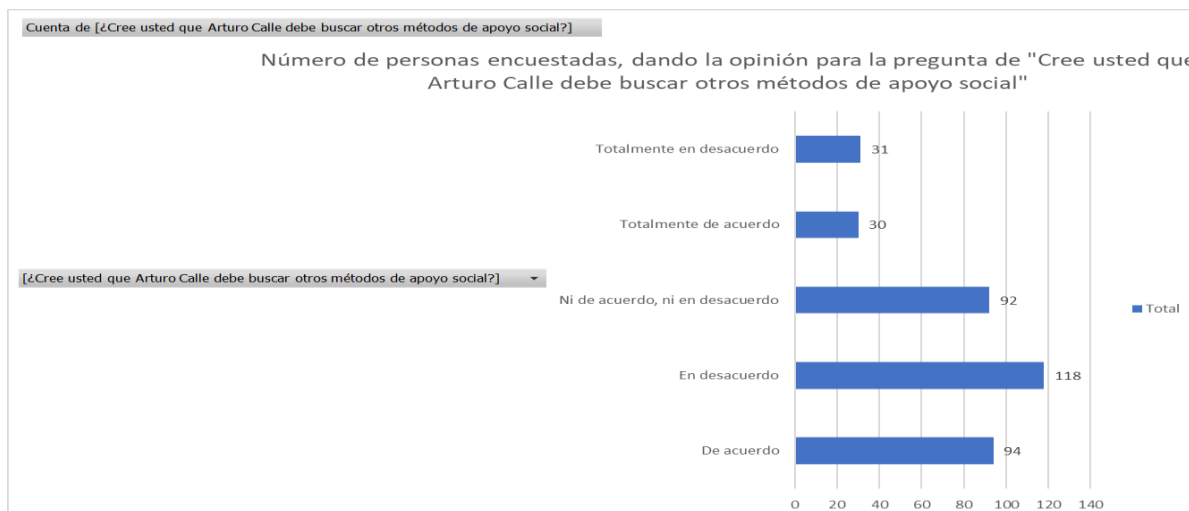
comprometida con sus trabajadores, en el caso de su estabilidad laboral durante la pandemia ocasionada por el COVID 19". Hecho en Excel



Nota: Realizado por los autores

Las respuestas para “Cree usted que Arturo Calle debe buscar otros métodos de apoyo social”, dio como resultado que 94 personas están ‘de acuerdo’, 92 ‘ni de acuerdo ni desacuerdo’, 118 en ‘desacuerdo’, 31 ‘totalmente en desacuerdo’ y 30 ‘totalmente de acuerdo’, reflejado en la Figura 7. El 32.33% indica que se deben buscar métodos de apoyo social diferentes y/o adicionales a una fundación para generar mayores aportes e impacto positivo a la sociedad. Por otra parte, el 25.75% de los encuestados está de acuerdo con métodos complementarios que no solo sean por parte de la Fundación Arturo Calle, sino también de que los trabajadores se vuelvan más especializados en las áreas que pertenecen y por eso Arturo Calle desde su directriz tiene fondos de aprendizaje para empleados sobresalientes en la compañía que necesitan mejorar su perfil profesional, con becas o incentivos de ascenso de cargo.

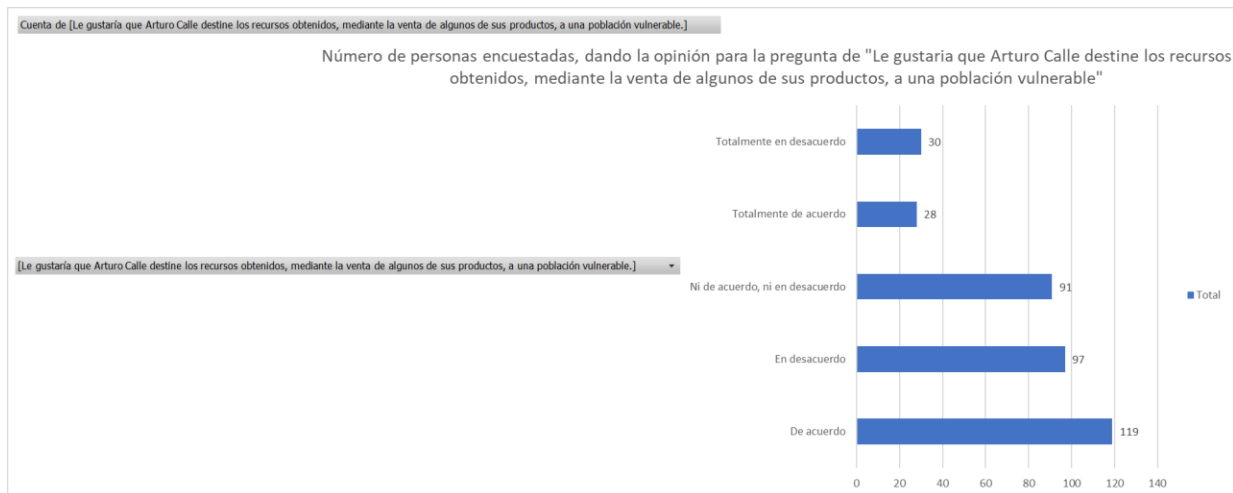
Figura 7. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que Arturo Calle debe buscar otros métodos de apoyo social". Hecho en Excel



Nota: Realizado por los autores

En continuidad con la encuesta realizada a usuarios finales la pregunta “Le gustaría que Arturo Calle destine los recursos obtenidos, mediante la venta de algunos de sus productos, a una población vulnerable”, se identifica que 119 personas están ‘de acuerdo’, 91 ‘ni de acuerdo ni desacuerdo’, 97 en ‘desacuerdo’, 30 ‘totalmente en desacuerdo’ y 28 ‘totalmente de acuerdo’, como se observa en Figura 8. El 32.60% de los encuestados están de acuerdo con que Arturo Calle subsidie a poblaciones vulnerables generando un trasfondo social importante como la inclusión de personas que carecen de oportunidades. Por otro lado, un 26.57% de los encuestados está ‘en desacuerdo’ presentándose este resultado por posible desconocimiento de poblaciones vulnerables y el alcance de los beneficios que podrían generar.

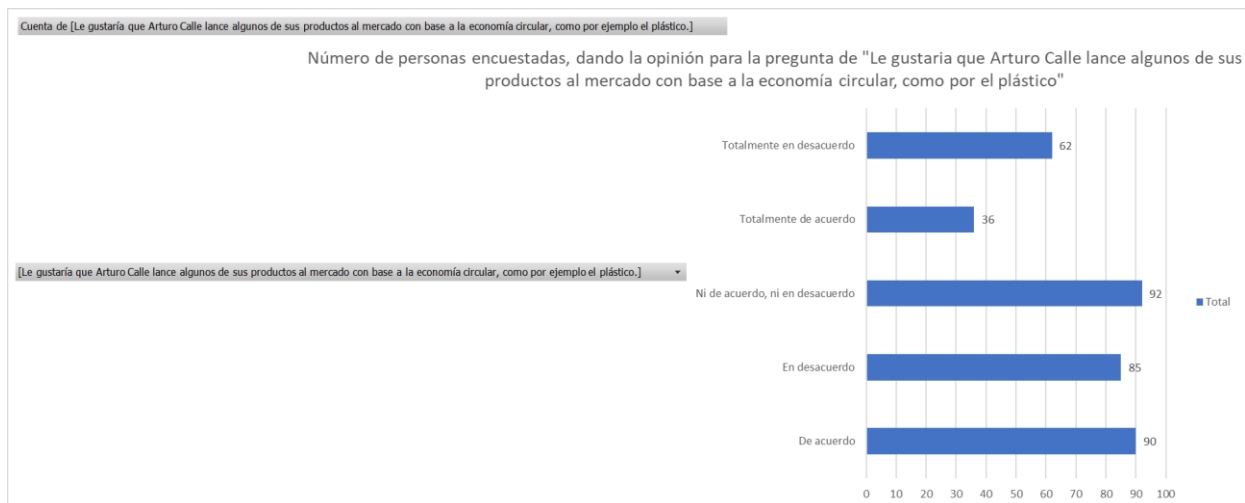
Figura 8. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Le gustaría que Arturo Calle destine los recursos obtenidos, mediante la venta de algunos de sus productos, a una población vulnerable". Hecho en Excel.



Nota: Realizado por los autores

En la encuesta realizada también se analizó mediante la siguiente pregunta “Le gustaría que Arturo Calle lance algunos de sus productos al mercado con base a la economía circular, como por ejemplo el plástico”, se encuentra que, de las 365 personas encuestadas, 90 personas están ‘de acuerdo’, 92 ‘ni de acuerdo ni desacuerdo’, 85 en ‘desacuerdo’, 62 ‘totalmente en desacuerdo’ y 36 ‘totalmente de acuerdo’, como se evidencia en la Figura 9. De acuerdo con los resultados obtenidos el 24.66% está ‘de acuerdo’ con que se produzcan artículos de materiales reciclables o que cumplan con una vida útil más larga además de ser un producto enfocado en la economía circular, el 23.29% está en ‘desacuerdo’ y este resultado puede verse reflejado por la falta de conocimiento ambiental y de procesos que minimicen o mitiguen el impacto ambiental. y por último el 25.20% restante no da su opinión.

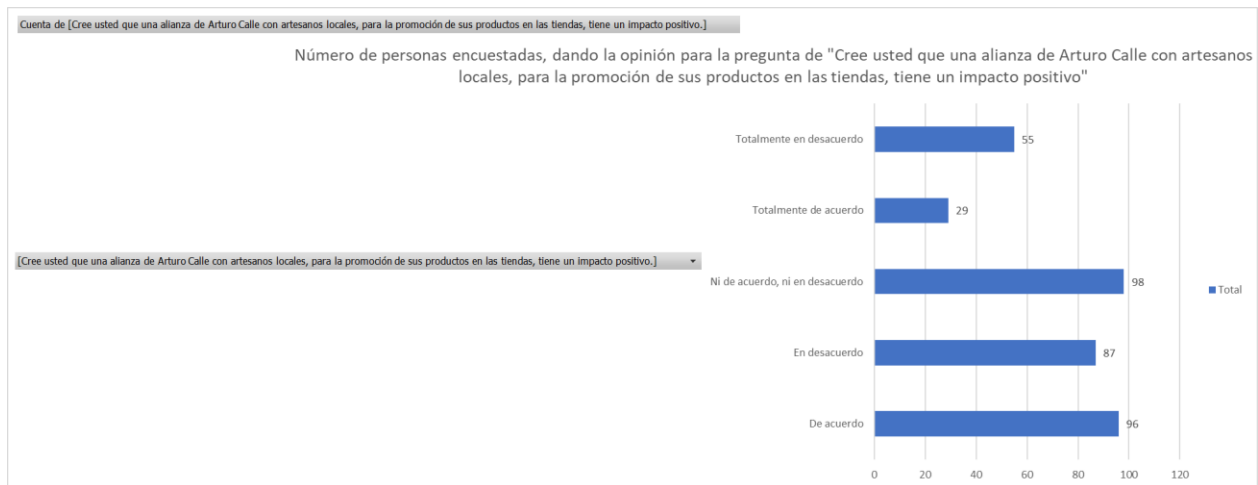
Figura 9. *Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Le gustaría que Arturo Calle lance algunos de sus productos al mercado con base a la economía circular, como por el plástico". Hecho en Excel.*



Nota: Realizado por los autores

Para finalizar la encuesta a los usuarios finales se realiza la pregunta “Cree usted que una alianza de Arturo Calle con artesanos locales, para la promoción de sus productos en las tiendas, tiene un impacto positivo” da como resultado que 96 personas están ‘de acuerdo’, 98 ‘ni de acuerdo ni desacuerdo’, 87 en ‘desacuerdo’, 55 ‘totalmente en desacuerdo’ y 29 ‘totalmente de acuerdo’, como se observa en la Figura 10. De acuerdo con estos resultados el 26.30% de los encuestados, sabe que es un gran aporte para las medianas y pequeñas empresas en Colombia, que son las que mayoritariamente se establecen en Colombia y que es muy difícil que pasen de los 5 años por los impuestos tan altos y el poco apoyo estatal; sin embargo, un 26.85% de los encuestados, no está ni ‘de acuerdo’ ni ‘desacuerdo’ por el desconocimiento de como aportaría Arturo Calle como marca consolidada y multinacional a artesanos locales.

Figura 10. Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que una alianza de Arturo Calle con artesanos locales, para la promoción de sus productos en las tiendas, tiene un impacto positivo". Hecho en Excel.



Nota: Realizado por los autores

De acuerdo con la encuesta realizada se pudo evidenciar la percepción frente al impacto social de la empresa Arturo Calle de manera positiva, siendo esta una compañía que genera beneficios y aportes importantes a poblaciones vulnerables, sus empleados, además del beneficio propio. Se realiza una matriz de percepción de semáforo en donde el color verde significa una opinión favorable, el rojo una opinión desfavorable y el amarillo una opinión indecisa o neutra de las preguntas por parte de los encuestados.

Así mismo, se evidencia el número de personas que están a favor, en contra o indecisas en la Tabla 6.

Tabla 6. Matriz de Colores de la Percepción de la Empresa Arturo Calle. Hecho en Excel.

Percepción de Arturo Calle	Número de personas		
	A Favor	En Contra	Indeciso
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Arturo Calle es una empresa que brinda calidad de productos y servicios".	138	134	93
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que es importante que las empresas inviertan en el bienestar de sus trabajadores".	150	116	99
Resultados de la pregunta de "Desde su perspectiva Arturo Calle es una empresa comprometida con sus trabajadores, en el caso de su estabilidad laboral durante la pandemia ocasionada por el COVID 19".	121	121	123
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que Arturo Calle debe buscar otros métodos de apoyo social".	124	149	92
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Le gustaría que Arturo Calle destine los recursos obtenidos, mediante la venta de algunos de sus productos, a una población vulnerable".	147	127	91
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Le gustaría que Arturo Calle lance algunos de sus productos al mercado con base a la economía circular, como por el plástico".	126	147	92
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que una alianza de Arturo Calle con artesanos locales, para la promoción de sus productos en las tiendas, tiene un impacto positivo".	125	142	98

Nota: Matriz de Colores de la percepción de la empresa Arturo Calle, realizada a 365 personas

mayores de 18 años entre hombres y mujeres. Hecho en Excel.

Para ello, es necesario la ilustración de la percepción de las personas respecto a la Empresa Arturo Calle de manera porcentual para que puedan evidenciar la opinión de las personas encuestadas de manera aleatoria, como se observa en la Tabla 7.

Tabla 7. Matriz de Colores de la Percepción de la Empresa Arturo Calle en porcentaje. Hecho en Excel.

Percepción de Arturo Calle	Número de personas		
	A Favor	En Contra	Indeciso
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Arturo Calle es una empresa que brinda calidad de productos y servicios".	37,81%	36,71%	25,48%
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que es importante que las empresas inviertan en el bienestar de sus trabajadores".	41,10%	31,78%	27,12%
Resultados de la pregunta de "Desde su perspectiva Arturo Calle es una empresa comprometida con sus trabajadores, en el caso de su estabilidad laboral durante la pandemia ocasionada por el COVID 19".	33,15%	33,15%	33,70%
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que Arturo Calle debe buscar otros métodos de apoyo social".	33,97%	40,82%	25,21%
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Le gustaría que Arturo Calle destine los recursos obtenidos, mediante la venta de algunos de sus productos, a una población vulnerable".	40,27%	34,79%	24,93%
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Le gustaría que Arturo Calle lance algunos de sus productos al mercado con base a la economía circular, como por el plástico".	34,52%	40,27%	25,21%
Número de personas encuestadas, dando la opinión para la pregunta de "Cree usted que una alianza de Arturo Calle con artesanos locales, para la promoción de sus productos en las tiendas, tiene un impacto positivo".	34,25%	38,90%	26,85%

Nota: Matriz de Colores de la percepción de la empresa Arturo Calle, realizada a 365 personas mayores de 18 años entre hombres y mujeres. Hecho en Excel.

11. Conclusiones

- Se identificó el plan de gestión social de la empresa Arturo Calle, que permite compartir las experiencias personales y profesionales de la compañía. Genera confianza y reconocimiento en el hecho de que más personas desean ser contratadas en Arturo Calle, porque visionan que su calidad de vida cambiará con un plan carrera y por ende su entorno se verá beneficiado de un sueño o meta que tiene como empleador.
- Se analizaron las estrategias de inclusión social de la empresa Arturo Calle, que ayudan a que no importa el conocimiento adquirido de manera experiencial o profesional, se tiene las mismas oportunidades de cambio de futuro laboral, esto ayuda a que la tasa de deserción de trabajadores sea baja y permita a la empresa cumplir con el valor agregado de que estes en familia en una empresa, que ya es un multinacional que tiene los más altos estándares de calidad.
- Se diseñó e implementó el instrumento de recolección de información que fue la encuesta, permitió determinar la percepción del usuario hacia el plan de gestión social, que tiene la empresa Arturo Calle. Con la encuesta realizada a 365 personas entre hombres y mujeres menores de 18 años, entre 18 a 30 años y mayores de 31 años, que nos dan las diferentes opiniones, de cómo aspiran a que Arturo Calle sea esa empresa que les permita visionar una carrera dentro de la misma, que le genere estabilidad y confianza, pero que sea la primera opción de empleabilidad.
- Se evaluó la percepción del impacto social de la empresa colombiana de manufactura textil Arturo Calle en 365 usuarios finales, dando como resultado un impacto positivo por la gestión y apoyo a sus empleados para su crecimiento profesional y personal, calidad de productos y servicios, su alta demanda y competitividad en el mercado textil,

posicionándola como una de las más influyentes. Con base a la encuesta realizada, se observa que en promedio se tiene una opinión desfavorable del 36,63%, seguidamente con una favorable de 36,44% y una neutra o indecisa del 26,93%. Esto permite buscar las oportunidades de mejora para la empresa y tomar en cuenta los temas tratados en las preguntas, en donde en un grupo de personas aleatoriamente dan su opinión de ciertos temas sociales y económicos que les gustaría saber, permitiendo que crezca la fidelidad a la marca Arturo Calle y más personas tengan mayor interacción con la misma.

12. Bibliografía

- America Retail. (2021). *Historia de Arturo Calle*. Obtenido de <https://www.america-retail.com/directorioretail/arturo-calle/>
- Arizmendi, D. (2016). *Arturo Calle, un hombre que dice que tener éxito es lo más sencillo del mundo*. Noticias Caracol. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=RAwG4D-SnsQ>
- Arturo Calle. (s.f.). *Arturo Calle*. Obtenido de <https://www.arturocalle.com/>
- Benitez, C. N. (2010). *Planificación estratégica. Importancia de la Planificación*. Argentina. Obtenido de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC106521.pdf>
- Bernal, T. C. (2016). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación. . Obtenido de <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=4326>
- Briceño, C. A. (2013). *Arturo Calle cuestiona nuevo arancel para ropa importada*. Obtenido de <https://www-mendeley-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/catalogue/4ab0eee5-7f50-375f-9373-68292aacc477>
- Calvo, C. (2018). *Las diferentes teorías que sustentan la Responsabilidad Social de la Empresa: estado de situación y prospectiva*. CRISESUQAM Université du Quebec à Montreal, Canadá.
- Chaparro, G. K., & Sierra, M. N. (2021). *La empresa en tiempos de covid-19. Estudio de caso: "Arturo Calle"*. Obtenido de <https://acortar.link/p9EJlt>
- Cioppo, J. (2018). *Indicadores de impacto social para evaluación de proyectos de vinculación con la colectividad*. Universidad Agraria del Ecuador , Ecuador. Obtenido de Dialnet-IndicadoresDeImpactoSocialParaEvaluacionDeProyecto-6661241.pdf
- Del Cid, A., Sandoval, F., & Méndez, R. (2011). *Investigación: fundamentos y metodología*. Pearson Educación. Obtenido de <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=4749>
- Del Río, C. L., Cardona, A., & Guacarí, V. (2017). *Responsabilidad social empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión*. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Obtenido de <https://www-virtualpro-co.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/biblioteca/responsabilidad-social-empresarial-y-construccion-de-la-marca-una-nueva-mirada-a-las-estrategias-de-gestion>
- Dinero. *¿Cómo Arturo Calle le hace frente a la crisis por la pandemia de coronavirus?* (2020) Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=vPj8Dv52uqI>
- Epstein, M. (2009). *Sostenibilidad empresarial: administración y medición de los impactos sociales, ambientales y economía*. Obtenido de <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/69103?page=181>
- Forbes. *Arturo Calle seguirá pagando a sus 6.000 empleados tras cierre indefinido de tiendas*. (2020) Obtenido de <https://forbes.co/2020/03/21/negocios/arturo-calle-seguira-pagando-a-sus-6-000-empleados-tras-cierre-indefinido-de-tiendas/>
- Forbes. *Las propuestas de Arturo Calle para salir de la crisis*. (2020) Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=NtHzFoJcQVw>
- Fundación Arturo Calle. (27 de 06 de 2020). *Fundación Arturo Calle*. Recuperado el 03 de 12 de 2020, de <https://fundacionarturocalle.com/vulnerable-cuarentena/>
- Fundación Arturo Calle. (s.f). Obtenido de <https://fundacionarturocalle.com/nuestros-aliados/>
- Goleman, D., Boyatzis, R., & McKee, A. (2019). *Implementación De Un Sistema De Inventarios Para El Área De Soporte Técnico En La Empresa Comercializadora Arturo Calle S.a.S*.

- Journal of Chemical Information and Modeling. Obtenido de <https://www-mendeley-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/catalogue/d3fb3275-4d4d-3c2a-a500-5090439bdd0a/>
- Gómez, L. S. (2017). . *Diagnóstico para identificar factores claves que debe tener un emprendedor exitoso en su idea de negocio, por medio de la revisión de casos de éxito en Colombia*. Fundación Universidad de América.
- Guterl, F. G. (2014). *La fórmula de la inclusión*. Obtenido de <https://www-investigacionyciencia-es.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/revistas/investigacion-y-ciencia/el-poder-de-la-mecnica-celular-614/la-frmula-de-la-inclusin-126466>
- J.D.S. (2020). *Una crisis aún más profunda. investigación y ciencia*. Obtenido de <https://www-investigacionyciencia-es.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/revistas/investigacion-y-ciencia/fin-515/una-tesis-an-ms-profunda-8330>
- Martínez, C. R. (2011). *Investigación comercial: técnicas e instrumentos*. Tébar Flores. Obtenido de <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/51967>
- Medina, A. (2016). *Quien tiene una marca tiene un tesoro*. Ediciones pirámide. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/usta/115622>
- Morros, J. (2006). *Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de <https://books.google.com/sv/books?id=ctMhZbUX5G4C&printsec=frontcover#v=onepage&q=empresarial&f=false>
- Ñaupas, V. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=8046>
- Páez Salamanca, L. C. (2020). *La debacle económica de la sociedad por causa de un virus, la prorrogación de la existencia*. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24626/1/ENSAYO%20PDF.pdf>
- Páez, S. L., & Rodríguez, N. Y. (2020). *La debacle económica de la sociedad por causa de un virus, la prorrogación de la existencia*. Universidad Católica. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24626/1/ENSAYO%20PDF.pdf>
- Papalia, D. (2017). *Desarrollo humano*. Ed. 13. Ed. McGraw-Hill Interamericana. [en línea]. Obtenido de <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=4610>
- Rodríguez, D., & Tejada, L. (2020). *Desarrollo Humano*. Ed. Universidad Abierta para Adultos (UAPA),. Obtenido de <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/175895?page=5>
- Romero, L. *"Se nos olvido que lo fundamental es el ser humano": Carlos Arturo Calle*. (2020) El Espectador. Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/se-nos-olvido-que-lo-fundamental-es-el-ser-humano-carlos-arturo-calle-article-911029/>
- Ruiz, Z. M., & Rodriguez, R. L. (2012). *Vida y muerte empresarial: estudios empíricos de perdurabilidad: subproyecto: empresas saludables*. Universidad del Rosario.
- Sanchez, A. (s.f). *Optimización del cálculo de recursos productivos para contización en una empresa de confecciones*. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/sanchez_ay/cap1.pdf
- Semana. Arturo Calle: ¿por qué al empresario le gusta donar su dinero a los pobres? (2021) Obtenido de <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/arturo-calle-por-que-al-empresario-le-gusta-donar-su-dinero-a-los-pobres/202112/>

- Sepúlveda, M. J., Porras, B. M., Marín, R. K., & Reyes, F. S. (2021). *Comportamiento de compra y venta en canales presenciales y digitales, en la empresa Arturo Calle durante el periodo de pandemia abril a diciembre del 2020.*
- Serje, M. (2015). *Los impactos sociales.* Uniandes. Obtenido de <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/70584>
- Tamayo, M. P., & Piñeros, J. D. (2007). *Formas de integración de las empresas.* Ecos De Economía: A Latin American Journal of Applied Economics. Obtenido de <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ecos-economia/article/view/722>