



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE
DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY
S.A. EN LA CIUDAD DE JARAMIJÓ.**

AUTORES:

**MARIO JOSÉ CORNEJO VEGA
LUCIA LETICIA LÓPEZ LOOR**

TUTORA:

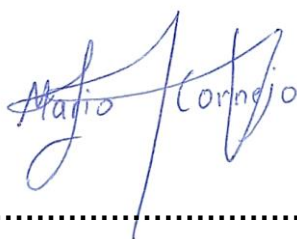
ING. SUSY TATIANA TOALA MENDOZA, MBA.

CALCETA, FEBRERO DE 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo Mario José Cornejo Vega con cédula de ciudadanía 131451307-6; y, yo Lucia Leticia López Loor con cédula de ciudadanía 131623745-0, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY S.A EN LA CIUDAD DE JARAMIJÓ** es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedo a favor de la Escuela Superior Politécnica de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a mi favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e innovación.



.....
MARIO JOSÉ CORNEJO VEGA

CC: 1314513076

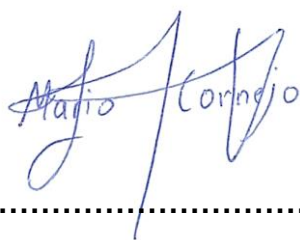


.....
LUCIA LETICIA LÓPEZ LOOR

CC: 1316237450

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Mario José Cornejo Vega con cédula de ciudadanía 131451307-6; y, Lucía Leticia López Looor con cédula de ciudadanía 131623745-0, autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del trabajo de Integración Curricular titulado: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY S.A EN LA CIUDAD DE JARAMIJÓ** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



.....
MARIO JOSÉ CORNEJO VEGA

CC: 1314513076



.....
LUCIA LETICIA LÓPEZ LOOR

CC: 1316237450

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Susy Tatiana Toála Mendoza , certifica haber tutelado el trabajo de Integración Curricular titulado: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY S.A EN LA CIUDAD DE JARAMIJÓ**, que ha sido desarrollado por Mario José Cornejo Vega y Lucia Leticia López Loor. Previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
ING. SUSY TATIANA TOALA MENDOZA

CC: 1312162835

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del Tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY S.A EN LA CIUDAD DE JARAMIJÓ**, que ha sido desarrollado por Mario Jose Cornejo Vega y Lucia Leticia López Loor. Previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
Ing. Wladimir Alexander Palacios Zurita, MGS.
CC: 1803296498
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Ing. María J. Valarezo Molina, MBA.
CC: 1309252409
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
Ing. César H. Andrade Moreira, MGS
CC: 1308649290
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, por darnos la oportunidad de ejercer nuestros estudios de tercer nivel, y poder culminar con éxito esta nueva etapa.

A Dios por brindarnos salud y vida y darnos las fuerzas y sabiduría necesaria para cumplir con cada una de nuestras metas propuestas.

A los docentes de la carrera de Administración de Empresas que nos impartieron los conocimientos necesarios para formar estudiantes politécnicos con capacidad de desenvolvimiento dentro del campo profesional.

A nuestra tutora por las enseñanzas y ayuda brindada para culminar con éxito el desarrollo de la tesis presente.

A los señores tribunales por darnos las directrices necesarias en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

A nuestra familia por estar siempre presente brindándonos su apoyo en cada paso a dar a lo largo de nuestra carrera, y dándonos palabras de aliento para seguir adelante con nuestras metas propuestas y

A nuestros compañeros por ser siempre un buen equipo y ser un gran apoyo moral y humano, necesarios en los momentos difíciles de nuestra carrera.

Los autores

DEDICATORIA

A Dios, por la oportunidad que me brinda de amanecer con vida y con salud, y darme la fortaleza para cumplir con cada uno de mis sueños, y no decaer en los momentos más difíciles presentados en este proceso, siendo mi guía y luz espiritual en esta meta alcanzada.

A mis padres, mi hermana y mi novia por su apoyo incondicional, comprensión, amor y empatía en todo momento, siendo mis pilares fundamentales para poder seguir adelante en cada una de mis metas propuestas.

A todas aquellas personas que conocí, que me brindaron ese apoyo que necesitaba durante mi formación profesional, volviéndose parte importante de mi vida, tanto en lo personal como en lo universitario.

MARIO JOSÉ CORNEJO VEGA

DEDICATORIA

A Dios por ser mi luz, mi guía, mi fortaleza, por brindarme cada día salud, amor, sabiduría y darme la fuerza para cumplir con mis propósitos y metas y seguir adelante a lo largo de mí caminar.

A mis padres quienes son el pilar fundamental en mi vida, que con su amor, consejo y apoyo incondicional me han permitido conseguir mis objetivos, inspirando en mi ejemplo de Fe, esfuerzo y valentía para no decaer en las adversidades.

A mis hermanos por cada palabra de aliento, por brindarme siempre su confianza y amor. A mi familia y demás personas importantes en mi vida por cada consejo, y apoyo brindado, que de una u otra forma me acompañan en esta meta.

A mis amigos por siempre apoyarme en los momentos duros, por que sin duda alguna son y siempre serán parte importante en mi vida.

Finalmente, a la universidad, maestros, mi estimada tutora, tribunal de tesis y a todas esas personas especiales que pude conocer dentro de mi carrera profesional, ya que en ellos he aprendido mucho a través de sus conocimientos, consejos, paciencia, dedicación y motivación.

LUCIA LETICIA LÓPEZ LOOR

CONTENIDO GENERAL

| | |
|---|-------|
| CARATULA..... | i |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA..... | ii |
| AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN | iii |
| CERTIFICACIÓN DE TUTOR | iv |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL..... | v |
| AGRADECIMIENTO..... | vi |
| DEDICATORIA..... | vii |
| DEDICATORIA..... | viii |
| CONTENIDO GENERAL..... | ix |
| CONTENIDO DE TABLAS | xiv |
| CONTENIDO DE FIGURAS | xviii |
| CONTENIDO DE IMÁGENES | xviii |
| RESUMEN | xix |
| PALABRAS CLAVE..... | xix |
| ABSTRACT | xx |
| KEYWORDS | xx |
| CAPÍTULO I. ANTECEDENTES | 21 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 21 |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN | 25 |
| 1.3. OBJETIVOS | 27 |
| 1.3.1. OBJETIVO GENERAL..... | 27 |
| 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 27 |
| 1.4. IDEA A DEFENDER..... | 27 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... | 28 |
| 2.1. MAPA CONCEPTUAL..... | 28 |

| | | |
|-----------|---|----|
| 2.2. | RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL..... | 29 |
| 2.2.1. | SURGIMIENTO DE LA RSE..... | 29 |
| 2.2.2. | PRINCIPIOS DE LA RSE..... | 30 |
| 2.2.3. | IMPORTANCIA DE LA RSE | 32 |
| 2.2.4. | BENEFICIOS | 33 |
| 2.2.5. | ALCANCE | 34 |
| 2.2.6. | DIMENSIONES DE LA RSE | 35 |
| 2.2.7. | NORMATIVAS DE LA RSE..... | 36 |
| 2.2.8. | INDICADORES DE LA RSE | 36 |
| 2.2.9. | STAKEHOLDERS..... | 37 |
| 2.2.9.1. | CLASIFICACIÓN DE LOS STAKEHOLDERS..... | 38 |
| 2.2.10. | DESARROLLO SOSTENIBLE..... | 38 |
| 2.2.10.1. | OBJETIVOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE | 39 |
| 2.3. | ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA..... | 42 |
| 2.3.1. | DEFINICIÓN DE COMPETITIVIDAD FINANCIERA | 42 |
| 2.3.2. | ANÁLISIS FINANCIERO..... | 43 |
| 2.3.3. | INDICADORES ECONÓMICOS FINANCIEROS..... | 43 |
| 2.3.4. | COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL | 44 |
| 2.3.5. | RELACIÓN ENTRE RSE Y ESTRATEGIA FINANCIERA..... | 45 |
| 2.4. | INDUSTRIAS ATUNERAS | 46 |
| 2.4.1. | TIPOS DE EMPRESAS ATUNERAS EN EL ECUADOR..... | 46 |

| | | |
|---|--|----|
| 2.4.2. | PRODUCCIÓN DEL ATÚN..... | 47 |
| 2.4.3. | COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DEL ATÚN | 48 |
| 2.5. | CADENAS DE VALOR EN LA INDUSTRIA ATUNERA | 49 |
| 2.6. | EMPRESA ASISERVY S.A..... | 51 |
| 2.6.1. | FILOSOFIA DE LA EMPRESA | 51 |
| 2.6.2. | VALORES CORPORATIVOS DE LA EMPRESA | 52 |
| 2.6.3. | ACCIONISTAS..... | 52 |
| 2.6.4. | ACTIVIDADES ECONÓMICAS..... | 52 |
| 2.6.5. | NEGOCIO | 53 |
| 2.6.6. | JERARQUÍA ORGANIZACIONAL | 54 |
| CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO | | 55 |
| 3.1. | UBICACIÓN | 55 |
| 3.2. | DURACIÓN | 55 |
| 3.3. | VARIABLES DE ESTUDIO | 56 |
| 3.3.1. | VARIABLE INDEPENDIENTE | 56 |
| 3.3.2. | VARIABLE DEPENDIENTE | 56 |
| 3.4. | POBLACIÓN | 56 |
| 3.4.1. | TIPO DE POBLACIÓN..... | 56 |
| 3.5. | TIPOS DE INVESTIGACIÓN | 56 |
| 3.5.1. | INVESTIGACIÓN DE CAMPO..... | 57 |
| 3.5.2. | INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA | 57 |
| 3.6. | MÉTODOS..... | 57 |

| | |
|--|----|
| 3.6.1. MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO | 58 |
| 3.6.2. MÉTODO DESCRIPTIVO | 58 |
| 3.6.3. MÉTODO DEDUCTIVO | 58 |
| 3.6.4. MÉTODO DE EXPERTOS (DELPHI)..... | 59 |
| 3.6.5. V DE AIKEN..... | 59 |
| 3.7. TÉCNICAS | 59 |
| 3.7.1. ENTREVISTA | 59 |
| 3.7.2. ESCALA DE LIKERT | 60 |
| 3.7.3. META ANÁLISIS..... | 60 |
| 3.7.4. ALFA DE CRONBACH..... | 60 |
| 3.7.5. ENCUESTA | 61 |
| 3.7.6. DIAGRAMA DE ISHIKAWA | 61 |
| 3.8. HERRAMIENTAS..... | 61 |
| 3.8.1. GUÍA DE LA ENTREVISTA | 61 |
| 3.8.2. CUESTIONARIO..... | 62 |
| 3.8.3. EXCEL | 62 |
| 3.8.4. MATRIZ 5W+1H..... | 62 |
| 3.9. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN | 63 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 65 |
| 4.1. FASE 1.- Identificar los indicadores de las variables: RSE y estrategia competitiva financiera para la medición de la situación actual de ASISERVY S.A. | 65 |

| | |
|---|-----|
| 4.1.1. Actividad 1. Determinación y selección del equipo de expertos para validar los instrumentos de evaluación. | 65 |
| 4.1.2. Actividad 2. Revisión bibliográfica de los indicadores de la RSE y de la estrategia competitiva financiera..... | 66 |
| 4.1.3. Actividad 3. Aplicación del Meta-análisis de la información | 73 |
| 4.1.4. Actividad 4. Selección de indicadores mediante el método de expertos 74 | |
| 4.2. FASE 2.- Medir el nivel de cumplimiento de la RSE como base de la estrategia competitiva financiera, para el conocimiento actual de ASISERVY S.A | 79 |
| 4.2.1. Actividad 1. Estructuración y desarrollo de la entrevista al gerente general de ASISERVY S. A | 79 |
| 4.2.2. Actividad 2. Preparación y Elección de los Ítems para la encuesta mediante el método de experto | 80 |
| 4.2.3. Actividad 3. Elaboración y ejecución de la encuesta al grupo de interés (jefes departamentales). | 83 |
| 4.2.4. Actividad 4: Determinación de la fiabilidad de respuestas de la encuesta a través del coeficiente del Alfa de Cronbach | 84 |
| 4.2.5. Actividad 5. Análisis y tabulación de los datos obtenidos. | 85 |
| 4.2.6. Actividad 6. Aplicación de los indicadores de estrategia competitiva financiera. | 111 |
| 4.3. FASE 3.- Proponer un plan de acción de la RSE que contribuya al desarrollo de la estrategia competitiva financiera de ASISERV S.A..... | 125 |
| 4.3.1. Actividad 1. Determinación de las deficiencias asociadas a la RSE y Estrategia competitiva financiera | 125 |
| 4.3.2. Actividad 2. Diseño del diagrama de Ishikawa..... | 127 |

| | |
|--|-----|
| 4.3.3. Actividad 3. Presentación de la propuesta del plan de acción mediante la técnica 5W+1H..... | 129 |
| DISCUSIÓN | 132 |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 135 |
| 5.1. CONCLUSIONES..... | 135 |
| 5.2. RECOMENDACIONES | 136 |
| BIBLIOGRAFÍA | 138 |
| ANEXOS | 158 |

CONTENIDO DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 2. 1 Responsabilidad social empresarial. | 29 |
| Tabla 2. 2 Principios de la RSE..... | 30 |
| Tabla 2. 3 <i>Principios de la RSE según Ruiz (2018)</i> | 31 |
| Tabla 2. 4 <i>Principios de la RSE según Jáuregui et ál. (2018)</i> | 32 |
| Tabla 2. 5 Dimensiones de la RSE | 35 |
| Tabla 2. 6 Indicadores de la RSE | 36 |
| Tabla 2. 7 Indicadores económicos y financieros. | 44 |
| Tabla 2. 8 Descripción de variables empleadas para estimar el índice de competitividad empresarial. | 45 |
| Tabla 2. 9 Empresas Ecuatorianas productoras de atún. | 47 |
| Tabla 2. 10 Presentación del atún según el Código NANDINA de las Subpartida Atún. | 48 |
| Tabla 2. 11 Accionistas de ASISERVY S.A..... | 52 |
| Tabla 4. 1 Equipo de expertos seleccionados..... | 66 |

| | |
|---|----|
| Tabla 4. 2 Revisión bibliográfica de los indicadores de la RSE. | 66 |
| Tabla 4. 3 Revisión bibliográfica de los indicadores de la estrategia competitiva financiera. | 71 |
| Tabla 4. 4 Resumen matriz de indicadores en las variables de estudio..... | 74 |
| Tabla 4. 5 Calculo del coeficiente V de Aiken para la selección de indicadores en la variable de RSE. | 75 |
| Tabla 4. 6 Selección de indicadores para la estrategia competitiva financiera..... | 76 |
| Tabla 4. 7 Validación de indicadores de la RSE y estrategia competitiva financiera..... | 78 |
| Tabla 4. 8 Matriz de autores para la selección de preguntas para la variable RSE. | 81 |
| Tabla 4. 9 Resumen matriz de validación de preguntas. | 82 |
| Tabla 4. 10 Resumen de la estructuración final de las preguntas..... | 83 |
| Tabla 4. 11 Confiabilidad de respuestas a traves del coeficiente..... | 85 |
| Tabla 4. 12 Ponderaciones para interpretación de resultados, en escala de Likert. | 85 |
| Tabla 4. 13 Medición de la dimensión económica mediante el indicador de desempeño económico. | 87 |
| Tabla 4. 14 Medición la dimensión económica mediante el indicador de transparencia. | 88 |
| Tabla 4. 15 Medición de la dimensión económica mediante el indicador de anticorrupción..... | 89 |
| Tabla 4. 16 Medición de la dimensión económica mediante el indicador de resultados financieros. | 90 |
| Tabla 4. 17 Medición de la dimensión económica mediante el indicador de competencia desleal. | 91 |
| Tabla 4. 18 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de Materiales. | 95 |
| Tabla 4. 19 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de energía..... | 96 |
| Tabla 4. 20 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de agua. | 97 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 4. 21 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de efluentes y residuos. | 98 |
| Tabla 4. 22 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de educación y concientización ambiental..... | 100 |
| Tabla 4. 23 Medición de la dimensión social mediante el indicador de empleo. | 102 |
| Tabla 4. 24 Medición de la dimensión social mediante el indicador de salud y seguridad en el trabajo. | 103 |
| Tabla 4. 25 Medición de la dimensión social mediante el indicador de formación y educación. | 105 |
| Tabla 4. 26 Medición de la dimensión social mediante el indicador de comunidad. | 106 |
| Tabla 4. 27 Medición de la dimensión social mediante el indicador de salud y seguridad de los clientes. | 107 |
| Tabla 4. 28 Medición de la dimensión social mediante el indicador de trabajo infantil. | 109 |
| Tabla 4. 29 Rango óptimo para la interpretación de resultados de los indicadores de estrategia competitiva financiera. | 111 |
| Tabla 4. 30 Índice corriente..... | 112 |
| Tabla 4. 31 Prueba ácida. | 113 |
| Tabla 4. 32 Prueba súper Ácida..... | 113 |
| Tabla 4. 33 Capital de trabajo neto..... | 113 |
| Tabla 4. 34 Nivel de competitividad de los ratios de liquidez. | 114 |
| Tabla 4. 35 Nivel de endeudamiento. | 115 |
| Tabla 4. 36 Solvencia..... | 115 |
| Tabla 4. 37 Cobertura de interés..... | 116 |
| Tabla 4. 38 Apalancamiento..... | 116 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 4. 39 Endeudamiento patrimonial..... | 117 |
| Tabla 4. 40 Nivel de competitividad de los ratios de endeudamiento o solvencia. | 117 |
| Tabla 4. 41 Rotación de inventarios..... | 118 |
| Tabla 4. 42 Rotación de cuentas por cobrar..... | 119 |
| Tabla 4. 43 Rotación de Activos fijos..... | 119 |
| Tabla 4. 44 <i>Rotación de ventas</i> | 120 |
| Tabla 4. 45 Nivel de competitividad de los ratios de eficiencia, gestión o actividad. | 120 |
| Tabla 4. 46 Beneficio bruto sobre ventas (ROS). | 121 |
| Tabla 4. 47 Rentabilidad neta del patrimonio (ROE). | 121 |
| Tabla 4. 48 Rentabilidad del activo de operación (ROA). | 121 |
| Tabla 4. 49 Rentabilidad neta del activo (Du Pont). | 122 |
| Tabla 4. 50 Margen bruto. | 122 |
| Tabla 4. 51 Beneficio neto sobre ventas. | 123 |
| Tabla 4. 52 Margen operacional..... | 123 |
| Tabla 4. 53 Rentabilidad operacional del patrimonio. | 124 |
| Tabla 4. 54 Crecimiento de ventas. | 124 |
| Tabla 4. 55 Nivel de competitividad de los ratios de rentabilidad. | 124 |
| Tabla 4. 56 Criterios a considerar para determinar las preguntas que afectan a la excelencia de la variable de RSE. | 126 |
| Tabla 4. 57 Dimensiones de la RSE con falencias de cumplimiento..... | 126 |
| Tabla 4. 58 Criterios a considerar para determinar las preguntas que afectan a la excelencia de la variable de estrategia competitiva financiera. | 126 |

Tabla 4. 59 Variables de la estrategia competitiva financiera con falencias de cumplimiento. 127

Tabla 4. 60 Matriz de plan de acción para el cumplimiento de las dimensiones de las RSE y de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A. 129

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 2. 1 Hilo conductor de la investigación. 28

Figura 2. 2 Clasificación de los Stakeholders. 38

Figura 2. 3 Cadena de valor del atún. 50

Figura 2. 4 Negocio de ASISERVY S.A. 53

Figura 2. 5 Jerarquía organizacional de Asiservy S.A. 54

Figura 4. 1 Variables para medir la estrategia competitiva financiera de una empresa..... 70

Figura 4. 2 Diagrama de Ishikawa de ASISERVY S.A. 128

CONTENIDO DE IMÁGENES

Imagen 2. 1 Objetivos del desarrollo sostenible. 41

Imagen 2. 2 Cadena de valor de la industria atunera. 50

Imagen 2. 3 Logotipo de ASISERVY S.A. 52

Imagen 3. 1 Ubicación de la empresa ASISERVY S.....55

RESUMEN

El presente trabajo de investigación curricular pretende evaluar la responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A en la ciudad de Jaramijó, para su desarrollo primero se tuvo que identificar los indicadores de las variables: RSE y estrategia competitiva financiera, misma que se ejecutó mediante una revisión bibliográfica para implementar el objeto de estudio, posterior a esto, se determinó la situación actual de la empresa ASISERVY S.A mediante una encuesta realizada al grupo de interés (jefes departamentales), dando como resultado, que la empresa se encuentra en un nivel de excelencia por encima del 80% lo que indica tener compromiso sostenible con sus partes interesadas, además se detalla que existen falencias tales como alto índice de endeudamiento, baja solvencia y liquidez, baja productividad y rentabilidad, que inciden directamente en sus ventajas y estrategia competitiva, para lo cual se establecieron propuestas que contribuirán al fortalecimiento de la RSE y mejore la estrategia competitiva financiera, mediante la técnica 5W+1H que permitió la mitigación y erradicación de los riesgos identificados

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad social empresarial, estrategia competitiva financiera, diagrama Ishikawa, indicadores.

ABSTRACT

The present curricular research work aims to evaluate Corporate Social Responsibility as the basis of the financial competitive strategy of ASISERVY S.A in Jaramijó city, for its development, the indicators of the variables had to be identified first: CSR and financial competitive strategy, same as it was executed through a bibliographical review to implement the object of study, after this, the current situation of the company ASISERVY S.A will be limited through a survey carried out on the interest group (departmental heads), resulting in that the company is in a level of excellence above 80%, which indicates a sustainable commitment to its stakeholders, it is also detailed that there are shortcomings such as a high debt ratio, low solvency and liquidity, low productivity and profitability, which directly affect its advantages and competitive strategy, for which proposals that contribute to will go to the strengthening of CSR and improve the competitive financial strategy, through the 5W + 1H technique that allowed the mitigation and eradication of the identified risks.

KEYWORDS

Corporate social responsibility, competitive financial strategy, Ishikawa diagram, indicators

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La Responsabilidad Social Empresarial surge como un compromiso permanente de las organizaciones con el comportamiento ético, con la finalidad de que las operaciones sean sustentables en el mantenimiento del medio ambiente, el respeto a los derechos humanos y el apoyo al desarrollo económico. Define Castro (2017) que, “para ser sostenibles en un entorno altamente competitivo, las empresas requieren conocer y entender las nuevas demandas sociales de sus consumidores, a fin de que la RSE se constituya en un medio para el logro de los objetivos organizacionales (p 81).

A nivel mundial la RSE es un tema que se ha ido generando a lo largo de la historia, sin embargo, a mediados del siglo XX, la responsabilidad social empresarial ha crecido y se han establecido los acuerdos que marcan la ruta mundial en donde las empresas empiezan a tomar mayor responsabilidad de sus actividades, considerándose clave para obtener consigo un entorno socialmente responsable con sus partes interesadas, y siendo está considerada como parte de sus estrategias competitiva financiera, Para Dacasa (2017) la Responsabilidad Social Empresarial implica una nueva forma de dimensionar el papel de la empresa y sus actividades en el marco de la sociedad en la que se desempeña, partiendo de la consideración e incursión de valores morales en el desarrollo de sus actividades frente a las personas relacionadas o stakeholders, la proyección de la imagen corporativa frente a los posibles consumidores y competidores, la adopción de principios de gobierno corporativo, y de manera importante, las repercusiones medioambientales. En cuanto a Gallardo y Galarza (2021) en la actualidad todas las empresas independientemente de su naturaleza o tamaño hacen uso de las finanzas, de hecho existen estudios donde se asocian las finanzas con temas de RSE.

De esta manera la responsabilidad social empresarial se ha convertido en una tendencia global y parte importante de la gestión de la organización local, en donde las empresas buscan adaptar dentro su planificación estratégica la RSE

como un modelo ideal para alcanzar la ventaja competitiva y cumplir con los requerimientos de sus stakeholders. No obstante, pocas empresas se preocupan por implementar correctamente este tipo de modelo, donde les permitan ser socialmente comprometidas y responsables con su entorno y con los grupos de sus partes interesadas. Sin embargo, Uribe (2018) menciona que las empresas estudiosas de su entorno y de sus capacidades propias han encontrado que un factor de diferenciación, para crear ventajas, puede estar cimentado en la satisfacción sistemática de los intereses de sus diferentes stakeholders; en otros términos, incorporaron la RSE a su estrategia corporativa.

En el Ecuador la RSE es un tema que aún no ha logrado alcanzar su radicación y compromiso total en el ámbito empresarial, debido a que su aplicabilidad en diversas empresas o industrias se fundamenta solo en el cumplimiento de cierto requisitos legales y su efectividad no es ejecutada por iniciativa propia, lo que les conlleva a ser menos competitivos en su sector o mercado laboral. De acuerdo con Brito (2018) como se citó en Ormazza et al., (2020) en el Ecuador la RSE ha impactado de manera positiva, pero aun así hay empresas que no la están aplicando de manera eficiente o no están completamente familiarizadas con las normas o guías que hay en la actualidad. Es por ello que su aplicabilidad radica en la importancia de poder alcanzar la ventaja competitiva en el desarrollo empresarial de estas organizaciones, a la vez su enfoque está totalmente direccionado en el beneficio de sus partes interesadas.

No obstante, para Tapia et al (2021) en Ecuador, son pocos los estudios académicos y empresas que se han centrado en analizar la relación existente entre la RSE y el desempeño económico- financiera, ya que para Padilla-Lozano et al. (2018) y Padilla et al. (2017) como se citó en Tapia et al (2021) indican que se debe medir a la RSE en tres dimensiones: social, económica y ambiental, y al desempeño financiero según el grado de rentabilidad sobre activos, patrimonio y ventas; los autores determinaron que la implementación de actividades de RSE, en todas sus dimensiones, repercute positivamente en el rendimiento financiero empresarial, así como también en la adquisición de conocimientos valiosos y diversos.

Por lo consiguiente a nivel nacional y sobre todo en la provincia de Manabí existen diversas barreras que a las empresas ecuatorianas no les han permitido alcanzar la ventaja competitiva dentro de su sector, y esto se debe a que según Romero (2019) en el país existe todavía un alto desconocimiento en el tema de responsabilidad social empresarial, los grupos de interés no tienen las bases conceptuales como para exigir acciones responsables a las empresas.

Por lo tanto, esto ha conllevado que en diversas organizaciones no se empleen las buenas prácticas de la RSE y su estrategia competitiva financiera como tal se ve totalmente afectada, de esta forma Ávila y Cedeño (2020) establecen que las principales dificultades de las empresas por no poner en acción las buenas prácticas de las RSE se debe a la falta de conocimiento, la inadecuada comunicación entre las partes de interés, la falta de herramientas o recursos, la dificultad de adoptar estrategias que permitan comenzar y ejecutar este tipo de actividad relacionadas a la RSE, y finalmente la falta de conciencia e interés por aumentar su competitividad empresarial.

De este modo la RSE y el desempeño económico- financiero en el sector empresarial es de vital importancia para el éxito de toda empresa puesto a que su enfoque radica en poder obtener esa diferenciación frente a la competencia. Por ende, ésta es la principal razón por la cual diversas organizaciones como las de Ecuador implementan la RSE como ese compromiso firme con la sociedad, y con ello poder alcanzar esa ventaja competitiva a largo plazo que le permitan perdurar en el tiempo. Manabí es una de las provincias que tiene diversas industrias que hacen uso de las buenas prácticas de la RSE, debido a que su aplicabilidad les sirve como estrategia de ventaja competitiva financiera y con esto cumplir los requisitos de sus partes interesadas, satisfaciendo las necesidades de sus stakeholders, y lo más importante contribuir con el beneficio total de su comunidad.

Ante lo mencionado nace la necesidad de iniciar una investigación en ASISERVY S.A, la cual es una empresa dedicada a la actividad pesquera en todas sus fases, siendo la más importante en la Ciudad de Jaramijó, misma que realiza el procesamiento y comercialización de atún en sus distintas presentaciones, y que en los últimos años ha brindado productos de alta calidad, pero que a la vez

se ha visto afectada por lo que la implementación de RSE, como tal no se la ha tomado en cuenta como una estrategia de competitividad financiera lo que ha deteriorado su proceso de diferenciación ante las demás empresas del sector, y que de este modo al ser un mecanismo demasiado importante se debe tomar en cuenta las tres dimensiones, para así obtener la ventaja competitiva que es necesaria para el éxito de la misma. De esta forma ante la problemática anteriormente planteada se formula la siguiente interrogante:

¿De qué manera la evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva financiera contribuirá a la situación actual en ASISERVY S.A en la ciudad de Jaramijó?

1.2. JUSTIFICACIÓN

Durante años el sector atunero ha sido una de las fuentes primordiales en el desarrollo de la economía del país, generando diversas plazas de trabajos a miles de ecuatorianos, aportando altamente al crecimiento del PIB, a la vez ha marcado huellas en los mercados o comercio del exterior, ubicando al Ecuador como uno de los máximos exportadores de atún, es decir siendo número uno en ofrecer este tipo de producto muy demandado por la sociedad, es por ello que nace la necesidad de que las industrias empleen las prácticas y principios de la RSE, debido a que su aplicación conlleva a la adquisición de la ventaja competitiva financiera, y por ende su enfoque les permitirá a que las empresas promuevan el desarrollo sostenible, para que de esta forma tengan la capacidad suficiente de proteger y satisfacer las necesidades de las presente y futuras generaciones en relación a su comunidad, sin perjudicar el ecosistema, y con ello alcanzar un estado de equilibrio entre economía, sociedad y medio ambiente.

Se justifica de manera teórica, debido a que mediante ésta se brinda nuevas perspectivas sobre el tema de investigación. Contribuyendo al desarrollo de la misma y contrastar resultados positivos, por su parte Armijos (2017) define que la RSE implica acciones que la empresa toma de forma íntegra y voluntaria, incorporando a sus actores en una espiral creciente de bien común, que tiene relación con el desarrollo de capital social y gestión del conocimiento, con el prestigio y la confianza, entre otros aspectos positivos para la empresa. En cuanto a Jacóme et al., (2017) mencionan que “la RSE, va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por seguro el respeto hacia las obligaciones y compromisos establecidos, así como su estricto cumplimiento”.

Con respecto a lo social, ayudará a crear una cultura organizacional idónea, en donde se beneficiará a los grupos de interés de la empresa ASISERVY S.A., proyectando una imagen positiva, y sostenible a largo plazo, misma que se verá reflejada en el entorno que interactúa. Teniendo en cuenta que la persistencia y el éxito de las empresas se ven influenciadas por la relación que existe entre los Stakeholders.

En lo práctico, esta investigación es un elemento útil y eficaz para mejorar significativamente el modelo productivo de la empresa, al ser puesto en marcha se verán reflejados grandes beneficios como la mejora de la reputación empresarial, fidelización de los clientes, lealtad entre los empleados y el fortalecimiento en el sentido de pertinencia.

Se justifica económicamente, debido a que según estudios realizados se ha podido comprobar y verificar que la RSE en los últimos años ha adquirido una gran relevancia e importancia en la economía, por ende su aplicabilidad dentro de las organizaciones permite generar una mejor rentabilidad en el mercado meta que se dirige, por otro lado su enfoque genera un resultado eficiente y eficaz en su productividad, ganando credibilidad y confianza, y a la vez una mejor imagen en el sector empresarial. Por esta razón la RSE a la empresa ASISERVY permitirá que sus directivos empleen diversas estrategias que fortalezca la ventaja competitiva que se requiere para perdurar en el tiempo.

Legalmente este estudio es muy importante debido a que RSE se convierte en un instrumento de guía para el cumplimiento de sus actividades de manera responsable, de modo que al aplicarse en la empresa ASISERVY S.A contribuirá al mejoramiento continuo de su gestiones, y sus directivos, los cual implementará normativas, principios y directrices que les permitan ser reconocidas como industria tanto en el mercado local como internacional. Para Saltos y Umaquina (2017) en Ecuador, existen leyes que amparan la aplicación de la RSE como: la Constitución Política, Ley Orgánica de Transparencia y Administración de la Información Pública, Ley de Gestión Ambiental, Ley de Protección al Consumidor, Código de Trabajo, Ordenanza Municipal de Quito, No. 333, entre otras.

Ambientalmente la RSE, es importante porque tiene un impacto positivo directo en el entorno ecológico de las organizaciones, por esta razón la empresa ASISERVY S, A al tener una relación con el entorno natural, permitirá a la industria y a sus directivos implementar programas de concientización ambiental que ayudarán a reducir las impresiones negativa sobre el ambiente; es decir aplicar prácticas de responsabilidad empresarial, que contribuyan a crear una imagen empresarial más amigable, lo cual se transformaría en una ventaja

competitiva dentro de mercado. Por otro lado la aplicabilidad de la RSE en el sector atunero facilitará a las industrias llevar a cabo prácticas de desarrollo sostenibles que contribuyan a perseverar y cumplir con las condiciones de nuestro hábitat, es por ello que para Simonetta (2020) la RSE desde la perspectiva medio ambiental proviene de la actividad de diversas organizaciones que propugnan el cuidado del medioambiente y su discurso hacia esos temas puede variar desde un concepto primitivo de explotación del medio ambiente, hasta un compromiso con su cuidado.

1.3. OBJETIVOS

A continuación, se presenta el objetivo general y los objetivos específicos empleados para el desarrollo y cumplimiento de la investigación.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la Responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A en la ciudad de Jaramijó

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los indicadores de las variables: RSE y estrategia competitiva financiera para la medición de la situación actual de ASISERVY S.A.
- Medir el nivel de cumplimiento de la RSE como base de la estrategia competitiva financiera, para el conocimiento actual de ASISERVY S.A
- Proponer un plan de acción que contribuya al fortalecimiento de la RSE y mejore la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A.

1.4. IDEA A DEFENDER

Con la evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva financiera contribuirá a la situación actual ASISERVY S.A en la ciudad de Jaramijó.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. MAPA CONCEPTUAL

En el presente capítulo se incluirán los elementos teóricos conceptuales fundamentales relacionados con la evaluación de la RSE en ASISERVY S.A como base de la estrategia competitiva financiera, lo cual se muestra de manera gráfica en el hilo conductor que aparece representado en la figura 2.1.

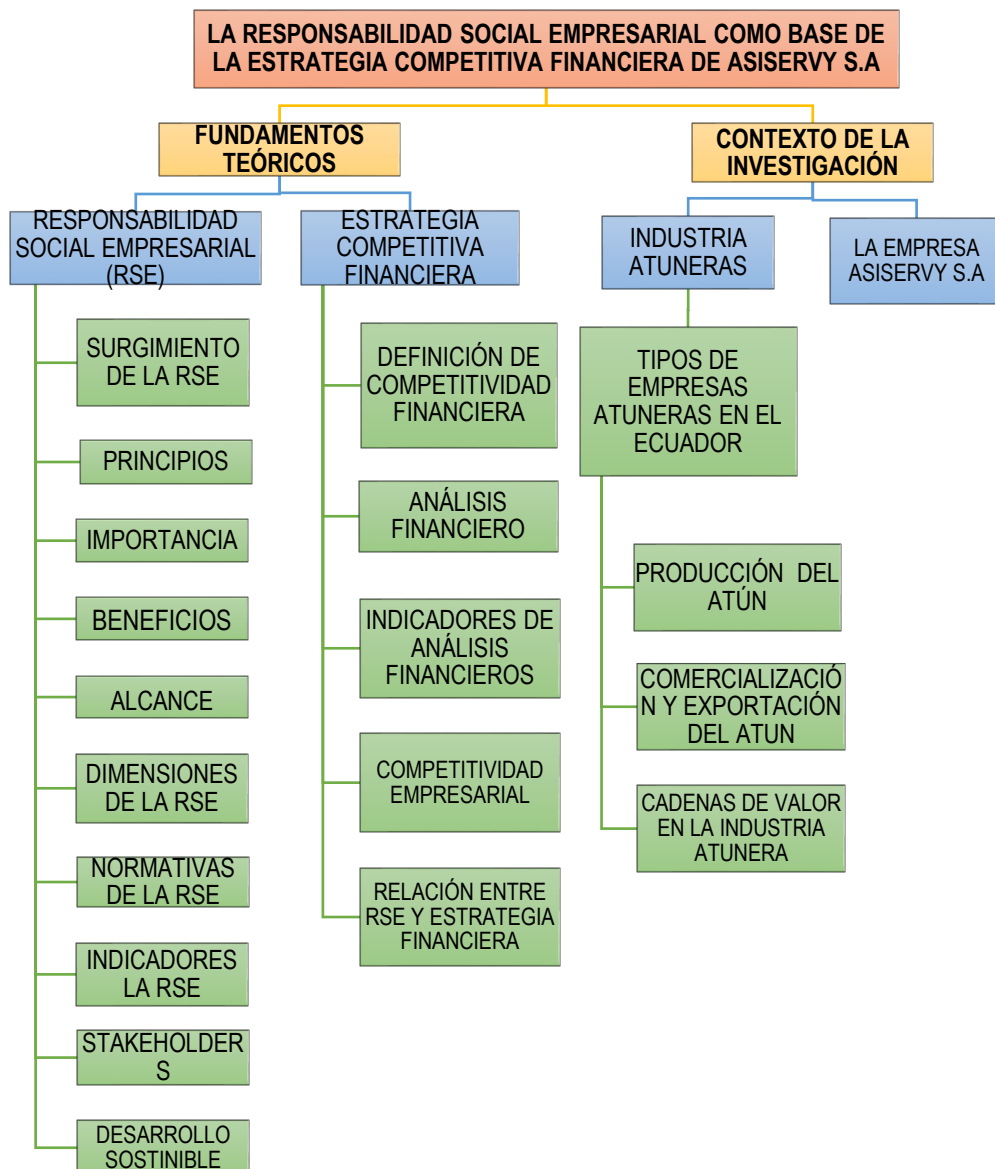


Figura 2. 1 Hilo conductor de la investigación.

Fuente: Autores de la investigación.

2.2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En las últimas décadas, este campo se ha convertido en un área importante dentro de la empresa como método de sustentabilidad, mejora de procesos y optimización de recursos que incide en la reducción de costos. Además de ofrecer su imagen frente a los consumidores y público en general. A continuación, se presenta breves conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial según varios autores.

Tabla 2. 1 Responsabilidad social empresarial.

| Autor | Definición | Análisis |
|---|--|--|
| Araque et al. (2015) como se citó en Uribe (2018) | Compromiso con el entorno social y natural, y la respuesta frente al impacto que todas las acciones que un individuo, una organización o un país tienen sobre ellos (p.118). | De acuerdo a lo mencionado por los autores podemos definir que la RSE es muy fundamental en las empresas, debido a que, puesto que define una forma de actuar acorde con principios éticos, coherente con el desarrollo sostenible, y llama a la voluntad de los empresarios para innovar, producir libre de contaminación e introducir buenas prácticas en la empresa y así promover el bienestar de los empleados y el medio ambiente. |
| Pacheco (2012) como se citó en Morales y Pomachagua (2020) . | Es un compromiso voluntario, adquirido por una empresa que debe enfocarse en dos aspectos: interna (trabajadores) y externa (comunidad), desarrollando actos positivos para sus grupos de interés (p.2). | |
| Fernández (2018) | Se entiende como una filosofía y una actitud que adopta la empresa hacia los negocios y que se refleja en mantener una visión a largo plazo que incorpora de forma voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de sus distintos grupos de interés (Stakeholders) así como la gestión medioambiental. | |
| Cañizares (2019) | La RSE entendida como la herramienta que utilizan las Corporaciones económicas pequeñas, medianas o grandes para proveer bienes públicos a la sociedad, reducir periódicamente las externalidades creadas a partir de sus actividades industriales, y mitigar el efecto nocivo que en ocasiones generan sobre la integralidad de su entorno (p.109). | |
| Dacasa (2017) | Una manera de organizar la estructura y la operatividad de la empresa, entendida como una entidad diferente de las personas que la integran, en relación con las diversas personas que en una forma directa o indirecta tienen relación con la misma al verse afectadas por las actividades que desarrolla (p.69). | |

Fuente: Autores de la investigación.

2.2.1. SURGIMIENTO DE LA RSE

Plantea Palacio (2020) que la responsabilidad social empresarial (RSE) surge entre el siglo XIX y XX como una participación voluntaria de las empresas frente

a la influencia y resolución de conflictos que tiene la sociedad, de tal forma que aportan en el desarrollo y sostenibilidad de la misma, mediante la creación de normas y pautas dadas por las alianzas entre gobierno y empresas que les permitan lograr tal fin. Cabe resaltar que alrededor del año 1930, las empresas implementan la RSE sin saber que más adelante las acciones realizadas por ellas en la gran depresión serían denominadas responsabilidad social empresarial (p. 76). Por su parte Tello et al., (2018) argumenta que esta ha ido evolucionando desde el siglo XIX hasta la actualidad, a partir de diferentes conceptos y/o definiciones que han contribuido a su esclarecimiento, perfeccionamiento y actualización en el mundo empresarial.

Tal como lo expresan los autores, que dichos antecedentes nos muestran como a lo largo de la humanidad la responsabilidad social empresarial ha ido evolucionando. A su vez manifiesta que no solo se requiere gestionar de manera responsable, sino que se debe ser responsable, viendo más allá de las estrategias y para que esto sea posible todos y cada uno de sus grupos de interés deben serlo.

2.2.2. PRINCIPIOS DE LA RSE

La Responsabilidad social empresarial se basa en principios propios. Dicha clasificación es un tema extenso que es discutido desde diversos puntos de vistas. Una empresa basada a partir de estos principios, establece compromiso para disminuir los impactos negativos, asentados en una franca y firme comunicación con su grupo de interés. A continuación, se presentan los principios de la RSE más relevantes.

Tabla 2. 2 Principios de la RSE.

| Principio | Detalle |
|---|---|
| Principio I: Protección de los derechos humanos DDHH fundamentales reconocidos universalmente. | El cumplimiento de este principio supone que el respeto de los derechos humanos se da en los lugares de trabajo, así como en su entorno de trabajo, incluso si la empresa opera en países donde se vulnera estos derechos, debe aprovechar para incentivar aún más su inclusión en el campo laboral |
| Principio II: Evitar verse involucrado o ser cómplice en abusos a los DDHH | Este principio trata de que las empresas no sean la excusa para violar los derechos humanos (obtención de beneficios económicos o aceptación de prácticas que conlleven a hacerlo). |
| Principio III: Apoyo a la libertad y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva | Este principio garantiza que los trabajadores puedan constituir un sindicato y afiliarse sin temor alguno de sufrir represalias, además de garantizar la neutralidad de sus decisiones. |

| | |
|---|--|
| Principio IV: Apoyo a la supresión de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción | Ningún tipo de salario, ni compensación adicional puede implicar que se obligue a los trabajadores a realizar trabajos que se consideren forzosos y fuera del margen de la Ley. |
| Principio V: Apoyo a la abolición efectiva del trabajo infantil | Los convenios internacionales recomiendan una edad mínima para realizar trabajos y que no debe ser menor a la edad de finalización de la edad escolar y en todo caso menor a los 15 años |
| Principio VI: Apoyo a la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación. | Las organizaciones deben adoptar políticas y procedimientos que se orienten a la contratación, formación y promoción del personal, obedezcan siempre a las capacidades, conocimientos y experiencias |
| Principio VII: Apoyar las aplicaciones de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. | Este principio conlleva a la adopción de políticas tendientes a evitar el deterioro ambiental, incluso en el caso de que no se tenga evidencia suficiente del grado de daño que se puede ocasionar al medio ambiente que lo rodea o de influencia. |
| Principio VIII: Fomento de iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. | Conlleva dos aspectos, primero la promoción del cuidado al medio ambiente en todas las operaciones, y por otro el pago de la deuda social ecológica, es decir una compensación por errores pasados que pudieron afectar el medio ambiente. |
| Principio IX: Desarrollo y difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente. | Supone: el uso de tecnologías limpias, difusión entre grupos de interés sobre el comportamiento medio ambiental, la reorientación de la investigación y desarrollo hacia un diseño de sostenibilidad. |
| Principio X: Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno. | En este principio se encuentra a introducción de programas y políticas que combatan la corrupción; presentación de informes sobre las labores de la empresa en contra de la corrupción; comunicación de experiencias y buenas prácticas |

Fuente: Ibarra (2014) como se citó en Peña et al. (2019, pág. 48).

En cuanto a Ruiz (2018) menciona que los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial responden a principios empresariales universales y es el conocimiento y la profundización continua de esos principios lo que asegura su implementación exitosa. Clasificándolos de la siguiente manera:

Tabla 2. 3 Principios de la RSE según Ruiz (2018).

| Autor | Principios de la RSE |
|-------------|--|
| Ruiz (2018) | <ul style="list-style-type: none"> • Respeto a la dignidad de la persona, incluye el fomento a su desarrollo personal. • Empleo digno. • Solidaridad, ser solidario con todos, en especial con los menos favorecidos. • Subsidiariedad, ser subsidiario en la interacción para buscar continuamente la creación de condiciones y oportunidades que favorezcan el propio desarrollo para alcanzar una mejor calidad de vida. • Contribución al bien común. • Corresponsabilidad. • Confianza. • Ética en los negocios. • Prevención de negocios ilícitos. • Vinculación con la comunidad. • Transparencia. • Honestidad y legalidad, en la gestión de todos los procesos y actividades. • Justicia y equidad. • Empresarialidad, una cultura empresarial vibrante y responsable, y un sector privado diversificado son algunas de las grandes fuentes de riqueza que un país debe tener. • Desarrollo social, el factor humano y el capital social son fundamentales para contar con una sociedad funcional. |

Fuente: (Ruiz, 2018)

Da a conocer Jáuregui et ál., (2018) que el modelo de gestión basado en RSE “Se fundamenta en una estructura donde la razón de ser de la organización se justifica en los siguientes principios:

Tabla 2. 4 Principios de la RSE según Jáuregui et ál. (2018).

| Autor | Principios de la RSE |
|--------------------------------|--|
| Jáuregui et al., (2018) | <ul style="list-style-type: none"> • Debe obedecer a la creación de un bien (producto o servicio) que favorecerá el desarrollo de la sociedad, agregándole valor (riqueza y oportunidades), a quienes forman parte de sus grupos de interés. • Debe utilizar recursos, insumos, procesos y tecnologías que no tengan como origen prácticas contrarias al respeto de los derechos de las personas y del medio ambiente. • Debe transparentar todos sus actos frente a la sociedad, así como ante las autoridades de gobierno. • Debe ser respetuosa de los valores sociales de las diversas culturas y de sus bienes naturales y patrimoniales. • Debe tener un compromiso cívico ejemplar, de manera que sea considerada un modelo de ciudadanía a imitar. • Debe responder por los errores o las malas prácticas realizadas y que enfrenten negativamente a cualquiera de los grupos de interés, ya sea internos o externos. • Debe declarar expresamente a través de medios de comunicación, propios o contratados, su compromiso con el respeto a la ética empresarial y a los derechos humanos. • Debe identificar con claridad cuáles son sus grupos de interés, a los que debe atender íntegramente utilizando prácticas éticas empresariales y a los derechos humanos. • Debe cumplir cabalmente con la ley, cuidando de no utilizarla para perjudicar intencionalmente a otros grupos o actores. • Debe esforzarse en la realización de prácticas adicionales no previstas en la ley, pero que puede implicar mejoras o ayudas para la empresa y para otros actores de su área de influencia, si lo considera necesario. |

Fuente: Jáuregui et ál. (2018).

2.2.3. IMPORTANCIA DE LA RSE

Con respecto a Valenzuela et ál. (2015) como se citó en Pérez et al., (2016) la Responsabilidad Social Empresarial es un tema que ha cobrado especial importancia en las últimas décadas. Dicha importancia se ha visto plasmada en un contexto internacional por la proliferación de normativas e índice cuyo objetivo fundamental es establecer patrones en donde las empresas divulguen información respecto a las prácticas en temas relacionados a la RSE.

Refiere Palacio (2020) que la RSE ha evolucionado mediante la influencia de factores como la globalización, el desarrollo sostenible y la competitividad siendo este el factor fundamental para la supervivencia de las organizaciones en el mercado, que deben atraer a sus clientes con innovadoras y diferentes propuestas y credibilidad en las mismas. La implementación de la RSE trae consigo ventajas para todas las empresas, bien sean grandes, medianas o

pequeñas, tales como: el mejoramiento de imagen y reputación, ya que una empresa al ser reconocida como entidad responsable socialmente tiene un plus ante las empresas u organizaciones que no lo son (p,77).

Conforme como se citó en los autores, su importancia radica en que es una forma de producir empresas altamente sostenibles, cuyas medidas, cultura y valores les permitan ser sostenibles a largo plazo. Teniendo en cuenta que su objetivo es permitir que las organizaciones sean reconocidas por sus prácticas de desarrollo sostenible en beneficio de la sociedad y el medio ambiente, y tener un impacto positivo en el interior y el exterior de la empresa

2.2.4. BENEFICIOS

Con respecto a Wulf (2018) los beneficios que abarca la Responsabilidad Social Empresarial están integrados de manera positiva en el éxito de la gestión, puesto que mientras atrae un gran interés por parte de los inversionistas, provoca un costo menor de financiamiento, permitiendo así una disminución en la rotación del talento humano de la organización juntamente con una mayor fidelidad por parte de sus consumidores, generando una mayor ventaja competitiva.

Da a conocer Puterman (2011) como se citó en Gómez y Martínez (2016) que tradicionalmente se señalan como beneficios de la RSE, la mejora de la imagen corporativa y la reputación empresarial, la reducción de costos de operación, el fortalecimiento de la capacidad de las organizaciones de reclutar y retener mejores empleados, fortalecimiento de la relación con la comunidad, el fortalecimiento de la lealtad de los consumidores, la mejora la calidad y la productividad, y el aumento de la rentabilidad, entre otros tantos

En cuanto a García (2020) detalla los beneficios para una empresa socialmente responsable

- Mejora su imagen ante los empleados y los clientes.
- Conecta mejor con el consumidor de nueva generación.
- Establecen un modo de negocio más sostenible.
- Reduce los costes de producción.
- Incrementa su credibilidad.

- Prestigio de la marca

De esta forma, es posible demostrar como al implementar la responsabilidad social corporativa dentro de la organización, genera importantes beneficios no solo a la comunidad sino también a la propia empresa.

2.2.5. ALCANCE

Señala Pérez (2016) como se citó en Álvarez et al., (2021) “la Responsabilidad Social Empresarial tiene alcances divididos en: social, solidario y ético”.

- Alcance social y de desarrollo. - Básicamente es la contribución que tiene una organización con la sociedad, cumpliendo con el mandato de ayudar a los más excluidos o grupos que suelen ser considerados vulnerables de manera general.
- Alcance solidario e igualitario. - Es donde se vincula directamente empresa y comunidad. La empresa identifica grupos sociales donde se puede suponer que se vulneran los derechos de las personas, y se implementa un plan de acción para poder asistir a colectividades que necesiten ayuda y trato igualitario.
- Alcance ético sistémico. - En este tipo de alcance vale considerar y asignar a la empresa la responsabilidad de ésta con sus “stakeholders” o en español, llamados grupos de interés constantemente, con esto se puede llegar a conocer el carácter sistemático de esta noción, y así considerar acciones socialmente responsables y que puedan mantenerse en el tiempo.

El alcance de la responsabilidad social corporativa es un campo muy amplio, dependiendo del espacio en el que trabaja. Es por ello que la empresa y su alcance deben ser evaluados constantemente para definir mejor a la empresa y utilizarla como herramienta para orientar las acciones de la empresa.

2.2.6. DIMENSIONES DE LA RSE

Refiere Ruiz (2018) que hablar de las dimensiones de RSE es referirse a todo lo que integra e interactúa entre empresa, colaboradores, comunidad, gobierno, sociedad y medioambiente. A continuación, se presentan las dimensiones según autores.

Tabla 2. 5 Dimensiones de la RSE

| Autor | Dimensiones de la RSE |
|---|--|
| Ruiz (2018) | <ul style="list-style-type: none"> • Dimensión económica interna. - La empresa debe generar valor, utilidades, que se mantenga viva, en crecimiento, pero sin perder de vista la equidad y la justicia. • Dimensión económica externa. - Debe de colaborar mediante la contribución de sus impuestos a la mejora de la comunidad donde está establecida, así como la responsabilidad de que los productos o servicios que ofrezca sean útiles. • Dimensión social interna. - Todos lo que hacen la empresa, incluyendo a los proveedores tienen la responsabilidad de cuidar y mejorar la calidad de vida de los colaboradores en el trabajo, así como el desarrollo de cada uno de ellos. • Dimensión sociocultural y política externa. - Consiste en llevar a cabo acciones y aportaciones que generen condiciones para que tanto en las personas como en la comunidad haya espíritu empresarial y desarrollo. • Dimensión ecológica interna. - Ser responsable sobre todas las repercusiones ambientales de los procesos, productos y subproductos de la empresa desde la prevención hasta el remedio por daños que pudieran causar. • Dimensión ecológica externa. - Consiste en realizar acciones para la preservación y mejora de la ecología. |
| Bonilla (2011) como se citó en Acosta, Lovato y Buñay (2018) | <ul style="list-style-type: none"> • Económica. - referente a todos los aspectos económicos y financieros de la empresa • Medio Ambiente. - es la relación de las actividades de la empresa con el medio ambiente • Grupos de Interés. - se refiere a todos los interesados, afectados y quienes afectan en las decisiones de la organización • Social. - se basa en la relación de la empresa con la comunidad en la que está establecida • Voluntariedad. - son todas las acciones o proyectos que la organización emprende y que van más allá de las actividades dispuestas legalmente |

Elaborado por: Autores de la investigación

Haciendo referencia a lo establecido en las tabla 2.5, se define que las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial son importantes en las empresas en procura de obtener las certificaciones pertinentes que les permitan ser reconocidas, puesto que están entrelazada en desempeño de las leyes y encaminados en valores éticos y morales haciendo que esta tenga un buen crecimiento.

2.2.7. NORMATIVAS DE LA RSE

Señala Castro (2015) como se citó en Saá et al., (2020) que es importante acotar la naturaleza jurídica sobre la que se concibe la economía social y bajo la que se suscribe la Responsabilidad Social empresarial y más allá, la nueva ética de las empresas, actualmente conocidas como las Empresas socialmente Responsables. Estos tres principios básicos son:

1. La gestión democrática,
2. La libertad de adhesión
3. La distribución del beneficio no ligada a la propiedad del capital.

Mientras que Verdezoto (2020) define que como normativa principal en el RSE está El Pacto Global, iniciativa de la ONU que quiso establecer en los procesos de producción, el acatamiento a diez principios básicos, principios basados en cuatro ejes: los derechos humanos, situaciones laborales, cuidado de la naturaleza y procesos libres de especificar.

Dichas normativas son relevantes en la RSE por lo que su aplicación ayuda a medir estándares requeridos para lograr el objetivo, con base en diferentes organismos internacionales, a lo cual permite definir si una empresa es socialmente responsable, porque cumple con los derechos humanos, el medio ambiente, al igual que los derechos de los trabajadores

2.2.8. INDICADORES DE LA RSE

A continuación, se presenta los indicadores según autores, que son utilizados para medir el cumplimiento de la RSE.

Tabla 2. 6 *Indicadores de la RSE*

| Autor | Indicadores de la RSE |
|-------------------|--|
| Saá (2020) | <p>1. Económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos del personal • Costo del subempleo • Establecimiento del tamaño • Crecimiento del trabajo • Distribución del empleo por sector • Porcentaje de empresas en cada sector • Ingresos por sector que contribuye para el producto interno bruto <p>2. Sociales:</p> |

-
- Tasa de desempleo
 - Tasa de participación de la fuerza laboral femenina
 - Ingresos promedio por familia
 - Pobreza relativa
 - Porcentaje de la población con estudios de bachillerato concluidos
 - Crímenes violentos per cápita
 - Expectativa de vida y salud ajustada

3. Ambientales.

- Grado de concentración de dióxido de azufre
- Grado de concentración de óxido de nitrógeno
- Consumo de electricidad
- Consumo de combustible
- Gestión de residuos sólidos
- Gestión de residuos peligrosos
- Cambios en el uso de la tierra

| | |
|---|--|
| Ethos (2017) como se citó en Alvarez et, ál (2021) | <ul style="list-style-type: none"> • Valores Y Transparencia • Público Intermedio • Medio Ambiente • Proveedores • Clientes Potenciales Y Consumidores • Comunidad • Gobierno Y Sociedad. |
|---|--|

Elaborado por: Autores de la investigación

Los indicadores de la RSE son una herramienta muy fundamental para medir el grado de responsabilidad social empresarial, así mismo se utilizan para implementar cambios en las empresas y buscar acciones más efectivas.

2.2.9. STAKEHOLDERS

Menciona Friedman (1962) como se citó en Moya y Moya (2018) que stakeholders son aquellos grupos que pueden afectar o ser afectados por el logro de los propósitos de la organización. Evidentemente, podemos diferenciar entre stakeholders, según sea su influencia directa o indirecta sobre la empresa: los primarios y los instrumentales. Los primarios son esenciales para la supervivencia de cualquier empresa, mientras los stakeholders instrumentales están en el entorno amplio de la empresa y son aquellos que pueden influir en los primarios. Por su parte Armijos (2017) sostiene que “stakeholders son personas o grupos con intereses legítimos en los aspectos procedimentales y/o sustantivos de la corporación” Para Palacios (2020) los Stakeholders de una organización o de una Pyme comprenden desde los accionistas, proveedores, gobierno hasta los mismos trabajadores y la empresa debe anticiparse a los problemas que afronta la sociedad (p,78).

En base a lo citado, se puede destacar que la importancia que tienen las partes interesadas o Stakeholders en una empresa es inmensa, la gestión de estos es esencial para crear estrategias de comunicación y decretar dominios. Los públicos de interés son todas aquellas personas que puedan ser afectadas o afecten el progreso de la empresa.

2.2.9.1. CLASIFICACIÓN DE LOS STAKEHOLDERS

Plantea Bajo (2015) como se citó en Acosta (2018) que los stakeholders se clasifican por su relevancia, es decir, en primarios y secundarios. Los primeros, son todos aquellos en los que sus intereses se encuentran directamente relacionados con las actividades y decisiones de la organización, estos son los clientes, proveedores, empleados y los inversionistas. Los segundos, pueden influir en la organización, sin embargo, ellos no son directamente afectados por el destino de la compañía, estos son, los medios de comunicación, las ONG's, organismos públicos y grupos de presión (p,111). Teniendo en cuenta que su clasificación puede ser variada, es decir, dependiendo de las condiciones prácticas ya sea por el tipo de empresa, su tamaño, amplitud de cadena de valor, sector al que concierne, entre otros factores.



Figura 2. 2 Clasificación de los Stakeholders.

Fuente: Bajo (2015) como se citó en Acosta (2018).

2.2.10. DESARROLLO SOSTENIBLE

Según Raufflet et al., (2017) el desarrollo sostenible se lo define como aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, para Gómez

(2020) el desarrollo sostenible se fundamenta en valoraciones de tipo cualitativo, que dan cuenta del modo en que estamos utilizando los recursos a favor de toda la humanidad, con criterios de sostenibilidad, y tomando en consideración no solo nuestras necesidades, sino también las generaciones futuras. Por otro lado, Jáuregui et al., (2018) establece que “lograr el desarrollo sostenible es el propósito de las RSE, es decir la contribución de las empresas al desarrollo sostenible se producirá a través de sus políticas y las acciones de la RSE” (p. 67).

De esta forma, ante lo establecido por los autores, se puede determinar que el desarrollo sostenible es de vital importancia para poder alcanzar el éxito de un determinado estado o empresa, debido a que su enfoque se basa en crear políticas y normativas que permitan que las entidades y los gobiernos busquen el beneficio de la sociedad, la economía y el medio ambiente, promoviendo sostenibilidad y con ello proteger y satisfacer las necesidades de las presentes y futuras generaciones.

2.2.10.1. OBJETIVOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

De acuerdo con Gómez (2018) los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) adoptados por las Naciones Unidas en 2015 contienen la agenda global más ambiciosa aprobada por la comunidad internacional para movilizar la acción colectiva en torno a objetivos comunes.

Por lo tanto, la organización internacional del trabajo (2017) define los siguientes objetivos de desarrollo sostenible:

- **Objetivo 1.** Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
- **Objetivo 2.** Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
- **Objetivo 3.** Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
- **Objetivo 4.** Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos
- **Objetivo 5.** Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

- **Objetivo 6.** Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos
- **Objetivo 7.** Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos
- **Objetivo 8.** Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- **Objetivo 9.** Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
- **Objetivo 10.** Reducir la desigualdad en y entre los países
- **Objetivo 11.** Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
- **Objetivo 12.** Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
- **Objetivo 13.** Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
- **Objetivo 14.** Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
- **Objetivo 15.** Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad
- **Objetivo 16.** Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas
- **Objetivo 17.** Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

A continuación, se presenta los objetivos anteriormente mencionados en la siguiente imagen:



Imagen 2. 1 Objetivos del desarrollo sostenible.

Fuente: Organización Internacional del trabajo (2017)

En lo que respecta a los objetivos que fueron adoptados por las naciones unidas, buscan resolver todas las problemáticas posibles a nivel global, en lo social,

económico y ambiental, y por ende aplicado al sector empresarial las empresas pueden ser sostenibles, lo que les ayuda a ser responsables con sus dimensiones y así poder obtener la ventaja competitiva.

2.3. ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA

Para Martín y Ojeda (2017) define que “la estrategia competitiva implica ser diferente y escoger de manera deliberada actividades que proporcionen un valor único, es decir, su esencia se encuentra en el desarrollo de prácticas diferentes a las que realizan los rivales” (p. 151). Por lo tanto Castañón (2019) determina que la estrategia financiera introduce las actividades relativas a la definición y logro de metas financieras, acordes con la estrategia competitiva general de la empresa.

Consecuentemente para Gaytán (2021) la estrategia financiera abarcar un conjunto de áreas claves como lo son la inversión, la estructura de capital, los riesgos financieros, la rentabilidad, el manejo de su capital de trabajo y la gestión del efectivo, todos ellos necesarios para lograr la competitividad y un crecimiento armónico.

En función con los autores mencionados, la estrategia competitiva es uno de los aspectos más significativos de una empresa, puesto que determina qué propuesta de valor contribuirá la empresa al mercado para adquirir una ventaja competitiva, por ello la estrategia financiera define en si los caminos a seguir para el cumplimiento de los objetivos financieros y, por ende, es necesario ser organizada, presupuestada, supervisada y dirigida para el su buen funcionamiento.

2.3.1. DEFINICIÓN DE COMPETITIVIDAD FINANCIERA

Referente a Alfaro y Pina (2018) definen que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa para desarrollar ventajas competitivas que le permitan tener una posición destacada en el entorno en el que actúa, por lo tanto para Villacis (2021) la competitividad financiera en un determinado periodo se entiende como el resultado de los cursos de acción competitivos asumidos por la organización anteriormente, de igual manera la gestión del micro, macro y

meta contexto en el cual se desarrolla la dinámica de los subsistemas por último se incorpora las perspectivas futuras de la organización.

De la misma manera para Saldaña et al (2020), es necesario una comprensión de la competitividad desde la gerencia financiera, y esta se propone como una función que contempla las principales variables de toda la cadena de valor de la empresa que debe considerar la gerencia para el logro de sus objetivos empresariales: sobrevivir, generar utilidades, ser rentables, crecer, generar valor, y ser sostenibles.

De esta manera, según lo detallado por los autores se define que la competitividad financieras es la capacidad que tiene una empresa en satisfacer y superar las expectativas de sus grupos de interés, entre estos los consumidores o clientes, y con ello alcanzar los más altos estándares de rentabilidad económica y financiera.

2.3.2. ANÁLISIS FINANCIERO

Según Molina et al (2018) el análisis financiero es indispensable en cualquier tipo de empresa sea comercial, industrial, de servicios, entre otros, este análisis permite conocer la situación real y actual de la información económica y financiera, por ello tomando en consideración a Nava y Marvelis (2016) como se citó en Marcillo et al (2021) analizan la importancia del análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente, el análisis financiero se basa en el cálculo de indicadores financieros que expresan la liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad de una empresa.

El análisis financiero se considera parte fundamental para poder detectar situaciones y el desempeño económico y financiero que posee cada organización, a través del cual se pueden detectar dificultades y luego realizar las correcciones necesarias.

2.3.3. INDICADORES ECONÓMICOS FINANCIEROS

Los indicadores económicos y financieros expresan la analogía entre dos o más elementos en un estado financiero. Son indispensables para poder comparar el

desempeño financiero de una empresa frente al desempeño histórico y de la industria. A continuación, se presentan la clasificación de los indicadores económicos-financieros según autores:

Tabla 2. 7 *Indicadores económicos y financieros.*

| AUTOR | INDICADORES ECONÓMICOS-FINANCIEROS |
|---------------------------------|--|
| Santiago y Gamboa (2017) | <ul style="list-style-type: none"> • Liquidez • Actividad • Endeudamiento • Rentabilidad |
| Marcillo et al (2021) | <ul style="list-style-type: none"> • Indicador de liquidez • Indicador de solvencia • Indicadores de eficiencia • Indicadores de endeudamiento |

Elaborado por: Autores de la investigación.

2.3.4. COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

En relación a Olivares et al., (2019) la competitividad empresarial es generada a través de distintos elementos; todos ellos, encaminados a mejorar el desempeño de la firma como: el capital humano, la localización, canales de distribución internos y externos, insumos de calidad, entre otros, para Abdel y Romo (2004) como se citó en Ibarra et al., (2017) La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) en relación con los de sus rivales en un mercado específico.

Para Ubieta y Leiva (2019) la competitividad empresarial debe ser estudiada y medida desde una perspectiva holística, donde la amalgama de recursos y capacidades heterogéneos permite la creación de valor agregado para la empresa, para logra lo mencionado es necesario medir el índice de competitividad a partir de las siguientes variables:

Tabla 2. 8 Descripción de variables empleadas para estimar el índice de competitividad empresarial.

| Pilar Competitivo | Variabes Incluidas en el Pilar |
|----------------------------------|---|
| 1. Capital humano | Número y ratio de empleados con estudios superiores. Problemas con empleados. Proporción de empleados que participaron en programas de formación. Sofisticación del sistema de compensación. El nivel de "rareza" del capital humano en la empresa. |
| 2. Innovación de producto | Innovación de producto. Introducción de nuevos productos o productos mejorados. Ratio de ventas de nuevos productos respecto al total de ventas. Innovación continua y nivel de "rareza" del producto de la empresa. |
| 3. Mercado doméstico | Ámbito geográfico de las ventas de la empresa. Nivel de competencia en el mercado local. Crecimiento de mercado esperado en los próximos cinco años. Intensidad competitiva del sector. Nivel de respuesta a las demandas del cliente / consumidor. |
| 4. Redes de negocio | Número de acuerdos de cooperación y colaboración. Tiempo operando con la red de contactos respecto a la edad del negocio. Dependencia de ayuda externa para el desarrollo empresarial. Nivel de especificidad (unicidad) de la red de contactos. |
| 5. Tecnología | Nivel tecnológico de la empresa respecto al mercado local. Innovación tecnológica y antigüedad de la tecnología de la empresa. Inversiones ambientales y garantías de calidad. Nivel de aplicación de herramientas tecnológicas (ICT). Desarrollo de tecnología (licencias, patentes, know-how, etc.). |
| 6. Toma de decisiones | Uso de distintas fuentes de información. Aplicación de análisis financiero en la empresa. Compartir información como práctica empresarial. Uso de consultores internos y externos en procesos de toma de decisión. Rutinas organizacionales relacionadas a la gestión de información. |
| 7. Estrategia competitiva | Dirección de la estrategia empresarial (defensiva, proactiva). Estrategia de crecimiento basada en el número de locales de la empresa. Atributos emprendedores de los fundadores de la empresa. Nivel de "rareza" de la estrategia proactiva de la empresa. |
| 8. Marketing | Producto. Estrategia de fijación de precio del producto principal de la empresa. Sofisticación de los canales de distribución usados por la empresa. Marketing aplicado y herramientas de comunicación. Innovación de marketing. Nivel de "rareza" de las técnicas de marketing empleadas por la empresa. |
| 9. Internacionalización | Importancia de clientes en el exterior. Proporción de ventas al exterior (exportaciones etc.). Manejo de idiomas entre los empleados de la empresa. Valor de la localización del negocio (en el mercado local y foráneo). |
| 10. Presencia online | Características técnicas del sitio web de la empresa. Servicios ofrecidos en la página web de la empresa. Contenidos de la página web de la empresa. Uso de aplicaciones de marketing online. |

Fuente: (Ubieta & Leiva, 2019).

De esta manera la competitividad empresarial, se la puede definir como la capacidad que tiene toda empresa en hacer las mejores cosas posibles frente a la competencia, es decir ser eficiente y eficaz dentro del mercado que labore, y con esto alcanzar la ventaja competitiva que se requiere para competir y perdurar en el tiempo.

2.3.5. RELACIÓN ENTRE RSE Y ESTRATEGIA FINANCIERA

Menciona Díaz (2017) que "al parecer, hay un círculo virtuoso entre RSE y desempeño financiero que interactúa y mutuamente se refuerza". Como lo plantea Ochoa Berganza (2013) como se citó en Gallardo & Galarza (2019) en

la actualidad todas las empresas independientemente de su naturaleza o tamaño hacen uso de las finanzas, de hecho, existen estudios donde se asocian las finanzas con temas de RSE

Por su parte, Arebalo et al., (2021). argumenta que la implementación de actividades de RSE, en todas sus dimensiones, repercute positivamente en el rendimiento financiero empresarial, así como también en la adquisición de conocimientos valiosos y diversos. El desarrollo de la RSE y la rentabilidad financiera implican un alto interés en la correcta aplicación de las políticas de RSE, a fin de garantizar un desempeño eficiente en las organizaciones.

2.4. INDUSTRIAS ATUNERAS

Para Cevallos (2018) en el ámbito mundial, la Industria Atunera es considerada como una actividad vital en la satisfacción de la creciente demanda de consumidores a nivel global, por ser el atún un producto alimenticio caracterizado como muy saludable, de acuerdo con MCE (2019) como se citó en Zambrano, J y Zambrano L (2020) la actividad atunera se ha consolidado como una importante actividad del sector pesquero industrial por la generación de divisas y de fuentes de empleo, ubicando a 20.000 trabajadores directos y un aproximado de 100.000 trabajadores indirectos.

Es así que la industria atunera es una de las fuentes primordiales y la más importante en la reactivación económica de los países que producen el atún, debido a que aporta considerablemente al crecimiento del PIB (producto interno bruto), por ende, al analizar y evaluar su mercado en relación a la RSE, permite ganar credibilidad empresarial y ser uno de los entes impulsores al desarrollo sostenible.

2.4.1. TIPOS DE EMPRESAS ATUNERAS EN EL ECUADOR

Para Pinargote (2019) La industria atunera del Ecuador, se destaca por ser dentro de la balanza comercial el sector industrial que más aporta al PIB, la industria atunera se caracteriza por concentrarse en tres provincias costeras del Ecuador como son Guayas, Santa Elena y Manabí, provincias en las que su principal ingreso económico proviene de esta actividad, Referente al Ministerio

de Comercio Exterior (2017) Alrededor del 60% de la oferta exportable de la industria se concentra en la provincia de Manabí (Figura 2.9). La capacidad de producción (procesamiento y envasado) es de alrededor de 500.000 toneladas de atún en crudo. La pesca artesanal aporta al total de capturas con, aproximadamente, 3.000 toneladas métricas al año.

Tabla 2. 9 Empresas Ecuatorianas productoras de atún.

| Empresas Ecuatorianas de Atún en Conserva | | | |
|--|------------------|-------------|--------------------------|
| Empresa | Ubicación | | Tipo de Producto |
| A SISERVY S.A. | Jaramijó | Manabí | Lomos y conservas |
| BILBOSA S.A. | Montecristi | Manabí | Lomos |
| EUROFISH S.A. | Manta | Manabí | Lomos y conservas |
| GALAPESCA S.A. | Guayaquil | Guayas | Conservas |
| IDEAL CIA. LTDA. | Manta | Manabí | Lomos y conservas |
| INEPACA | Manta | Manabí | Conservas |
| CONSERVA ISABEL ECUATORIANA S.A. | Manta | Manabí | Conservas |
| MARBELIZE S.A. | Manta | Manabí | Lomos y conservas |
| NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL N.I.R.S.A. S.A. | Posorja | Guayas | Lomos y conservas |
| PESPESCA | Montecristi | Manabí | Lomos |
| SALICA DEL ECUADOR S.A. | Posorja | Guayas | Lomos y conservas |
| SEAFMAN SOCIEDAD ECUATORIANA DE ALIMENTOS Y FRIGORIFICOS MANTA CA | Manta | Manabí | Lomos y conservas |
| TECNICA Y COMERCIO DE LA PESCA C.A. TECOPECA | Manta | Manabí | Lomos y conservas |
| SERVITERRA S.A. | Monteverde | Santa Elena | Lomos, conservas y pouch |
| ENVASUR S. A | Valdivia | Santa Elena | Conservas |
| INCOPES CIA LTDA | Guayaquil | Guayas | Conservas |
| OLIMAR | Manta | Manabí | Conservas |
| CONSERVERA TROPICAL | Manta | Manabí | Lomos |
| CELDEMAR ELABORADOS DEL MAR S.A. | Santa Elena | Santa Elena | Enlatados |

Fuente: (MCE, 2017)

De este modo se puede apreciar que las empresas dedicadas a la producción de atún son las que más ingresos económicos obtienen, siendo las principales promotoras de generar mayores porcentajes al PIB del Ecuador.

2.4.2. PRODUCCIÓN DEL ATÚN

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior (2017) la industria atunera ecuatoriana se centra, particularmente, en la captura de las siguientes especies: atún aleta amarilla (*Thunnus albacares*), atún ojo grande (*Thunnus obesus*) y listados o bonitos (*Katsuwonus pelamis*), utilizados, en su mayoría, para el

proceso de transformación del atún en conserva y lomos. Referente a Barcia (2017) el atún se captura en varias partes del mundo, existiendo distintas especies, siendo la más conocida la denominada barrilete; debido a su carne comestible, el atún se utiliza, en primer lugar, para la alimentación de millones de personas en el mundo. En segundo lugar, es la elaboración de alimentos balanceados, por otro lado, el atún en el Ecuador se vende en dos presentaciones, en crudo y en conservas, a continuación, se muestra lo explicado:

Tabla 2. 10 Presentación del atún según el Código NANDINA de las Subpartida Atún.

| Producto | Sección | División | Subdivisión | Subcategoría |
|------------------|--|---|--------------------------------------|--|
| Atún crudo | Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | Pesca y acuicultura | Pesca Marina | Actividades de pesca de altura y costera |
| Atún en conserva | Industrias manufactureras | Productos de las industrias alimentaria | Preparaciones y conservas de pescado | Atunes, listados y bonitos |

Fuente: (Barcía, 2017)

De esta manera se puede demostrar que el atún es uno de los alimentos más consumidos a nivel mundial y local, y que por sus propiedades alimenticias es considerado un producto saludable y con un alto porcentaje de demanda.

2.4.3. COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DEL ATÚN

Para Ochoa et al., (2017) la estructura para el procesamiento y comercialización del atún en el Ecuador cuenta con tres puertos para descargue: Guayaquil y Posorja en la provincia del Guayas, y el de Manta en la provincia de Manabí, según el Ministerio de Comercio Exterior (2017) La industria de procesamiento se encuentra orientada al mercado internacional, sólo el 10% de sus ventas se comercializan en el mercado local donde la oferta exportable de atún se compone, principalmente, de conserva y lomos de atún, además Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2019) como se citó en Lozano y Andrade (2021) señala que el atún es el tercer principal producto de exportación del Ecuador, con cifras que superan los US\$1,600 millones de dólares anuales y representa 500.000 toneladas de pescado fresco y enlatado, lo cual equivale al 11% de las exportaciones nacionales, aportando al desarrollo productivo y económico del país y promoviendo crecimiento en todos los sectores de la sociedad.

En relación a lo establecido, se puede determinar que la comercialización y exportación del atún es una de las primordiales fuentes ingresos económicos para el país, de modo ha logrado un gran posicionamiento en mercados internacionales y con ello ha conllevado a que exista una productividad constante para poder satisfacer la demanda.

2.5. CADENAS DE VALOR EN LA INDUSTRIA ATUNERA

Para Rivadeneira como se citó en Perdomo (2017) la cadena del valor del atún es una de las más sofisticadas, complejas y de generación de valor agregado que tiene el país, eso le atribuye porque argumenta está muy bien organizada, tanto con los sectores directos y aquellos indirectos relacionados al sector. De acuerdo con la OIT (2021) la cadena de valor de las industrias atuneras se conforma en cuatro sencillos pasos: abastecimiento, elaboración, comercialización y distribución. A continuación, se muestra lo mencionado en la siguiente imagen.



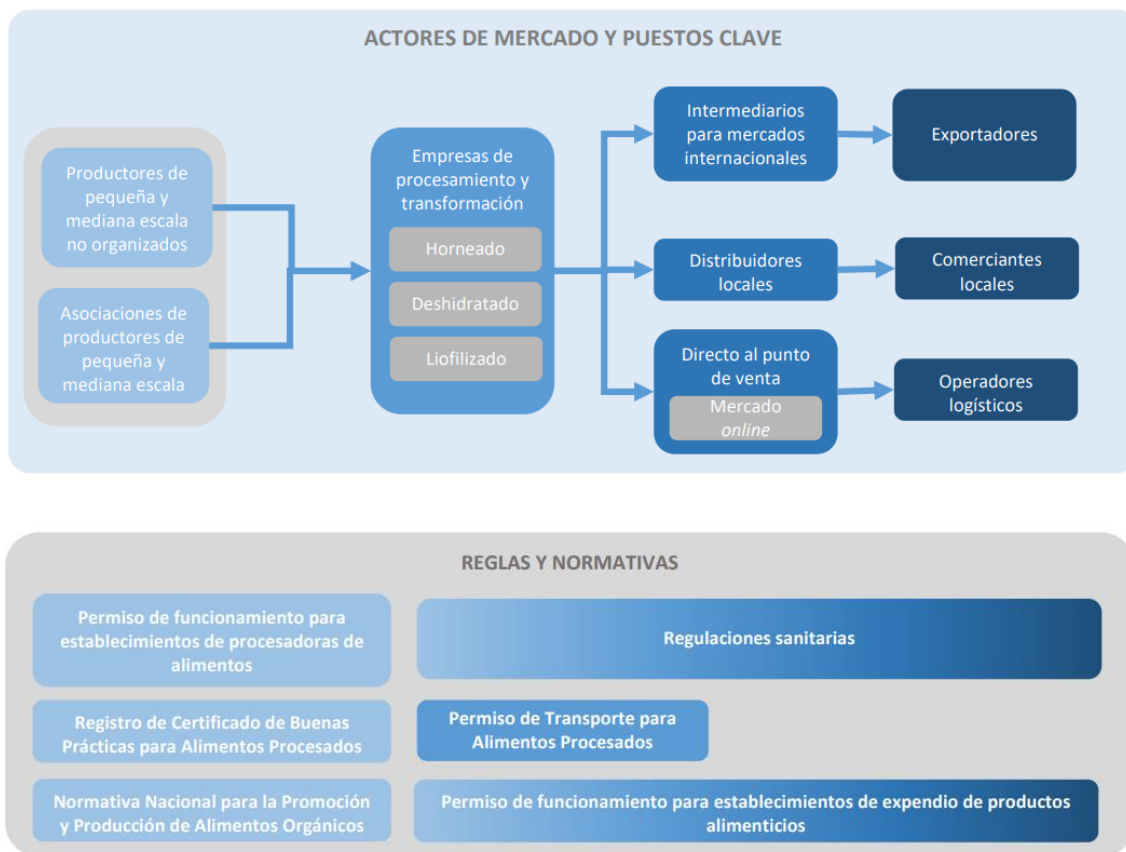


Imagen 2. 2 Cadena de valor de la industria atunera.

Fuente: OIT (2021).

Por lo tanto, acorde a lo establecido la cadena de valor se define como los eslabones y procedimiento a seguir para producir y comercializar el atún y con ello demostrar las secuencias y funciones donde las empresas atuneras generan valor en su mercado meta. En resumen, la cadena de valor del atún sobre todo en Ecuador se las puede establecer de la siguiente forma:



Figura 2. 3 Cadena de valor del atún.

Fuente: Perdomo (2017).

2.6. EMPRESA ASISERVY S.A

Para Flores y Moreno (2017) la empresa ASISERVY S.A, fue fundada en 1997, la cual se dedica a la producción y exportación de lomos de atún precocidos, congelados y enfundados al vacío.

Por lo tanto, la empresa ASISERVY S.A es una empresa familiar en expansión, que cuenta con 23 años de experiencia en el mercado. Líder en el procesamiento y comercialización de productos alimenticios en Ecuador. Esta empresa inicio su operación con el procesamiento de atún para el mercado local, y hoy en día exporta una gran variedad de productos, a más de 31 países. La experticia en procesamiento y comercialización, la convierte en una empresa de asesoría, ya que genera valor a su gestión en aspectos tales como: productos con altos estándares de calidad, asesoramiento en cadenas de suministro y comercialización. Adicionalmente, cuenta con el know how en el manejo de normativas y requerimientos de los mercados: local, latinoamericano y europeo, así como también en todos elementos de la cadena de valor de la industria atunera a nivel global (ASISERVY S.A, 2022).

2.6.1. FILOSOFIA DE LA EMPRESA

A. Misión

“Elaborar responsablemente alimentos inocuos con colaboradores comprometidos para la total satisfacción de los clientes”

B. Misión

“Ser una empresa ecuatoriana de talento mundial, líder en el procesamiento y comercialización de productos alimenticios”

C. Logotipo



Imagen 2. 3 Logotipo de ASISERVY S.A.

Fuente: Asiservy S.A (2022)

2.6.2. VALORES CORPORATIVOS DE LA EMPRESA

Los valores corporativos que representa a Asiservy S.A son los siguientes:

- Responsabilidad
- Honestidad
- Trabajo en Equipo
- Superación
- Creatividad

2.6.3. ACCIONISTAS

Actualmente la empresa cuenta con los siguientes accionistas:

Tabla 2. 11 Accionistas de ASISERVY S.A.

| ACCIONISTAS | PAÍS | CAPITAL (USD) | PARTICIPACIÓN |
|---------------------------------|---------|----------------------|----------------|
| Herrera Miranda Amada Isabel | Ecuador | 800.400,00 | 6,90% |
| Núñez Herrera Juan Francisco | Ecuador | 10.799.600,00 | 93,10% |
| Total | | 11.600.000,00 | 100,00% |

Fuente: SuperCías (2022).

2.6.4. ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Para ASISERVY S.A (2022), actualmente la empresa mantiene las siguientes actividades económicas:

- Actividades de pesca de altura y costera: extracción de peces, crustáceos y moluscos marinos, tortugas, erizos de mar, ascidias y otros tunicados, etcétera.
- Preparación y conservación de pescado mediante el congelado, ultra congelado, secado, ahumado, salado, sumergido en salmuera y enlatado, etcétera.

- Actividades de buques dedicados tanto a la pesca marina como a la preparación y conservación de pescado.
- Elaboración de harina de pescado para consumo humano

2.6.5. NEGOCIO

ASISERVY S.A. cuenta con cinco líneas de productos principales, que se comercializan principalmente en mercados internacionales:

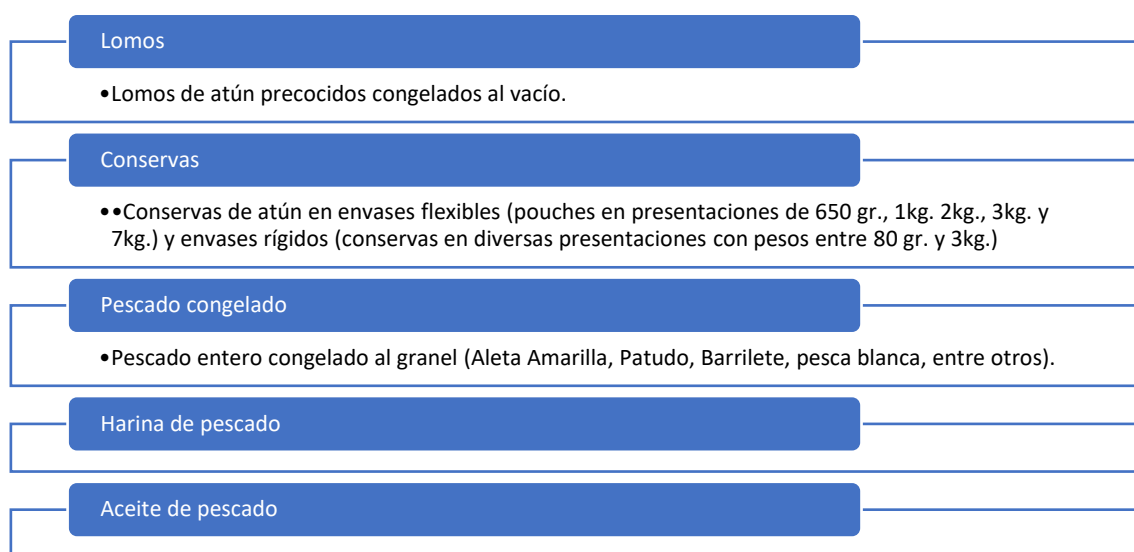


Figura 2. 4 Negocio de ASISERVY S.A.

Fuente: Global Ratings (2021)

Según Global Ratings (2021) La actividad de la compañía se concentra en las líneas de conservas y lomos precocidos. Actualmente la compañía se encuentra desarrollando e incursionando en nuevas líneas de negocio, que incluyen la venta de pesca blanca como Picudo, Dorado y Wahoo. ASISERVY S.A. cuenta con una moderna planta procesadora ubicada en el km. 5,5 de la vía Manta-Rocafuerte, provincia de Manabí. Esta planta cuenta con un área industrial de 23 mil metros cuadrados. ASISERVY S.A. actualmente procesa más de 120 toneladas de atún al día. La compañía captura y procesa las tres especies de atún tropical más comerciales en el mundo: Barrilete (Skipjack), Aleta Amarilla (Yellowfin) y Patudo (Big Eye), aunque los lomos de atún congelados constituyen la producción principal, ubicándose entre las principales exportadoras del país en este segmento.

2.6.6. JERARQUÍA ORGANIZACIONAL

Actualmente la principal jerarquía organizacional el cual se cuenta representada ASISERVY S.A es de la siguiente manera:

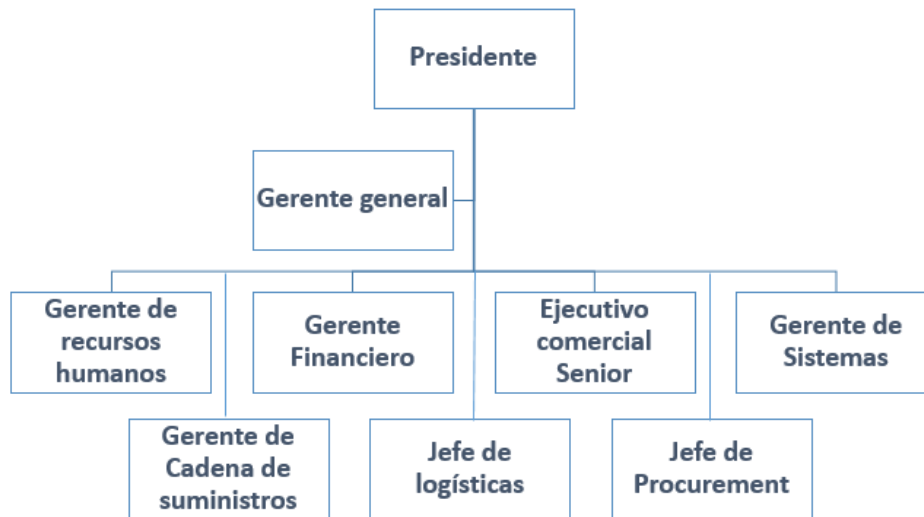


Figura 2. 5 Jerarquía organizacional de Asiservy S.A.

Fuente: Asiservy S.A (2022)

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se muestra la metodología aplicada en la investigación que se realizó en la empresa ASISERVY S.A, donde se resaltan las principales técnicas, herramienta, métodos y tipos de investigación, del mismo modo el procedimiento, población y muestra que se utilizó.

3.1. UBICACIÓN

El presente estudio se realizó en la empresa ASISERVY S.A, ubicada en el kilómetro 5.5 vía a Manta-Rocafuerte (Parque del Atún) de la Ciudad de Jaramijó, Provincia de Manabí.

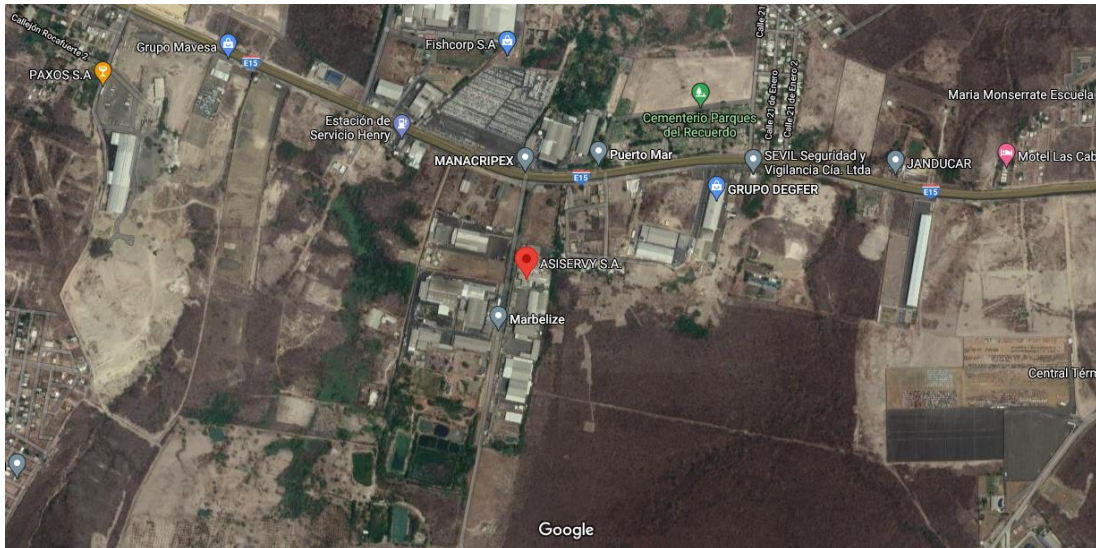


Imagen 3. 1 Ubicación de la empresa ASISERVY S.A.

Fuente: Google Maps.

3.2. DURACIÓN

Está investigación tuvo una duración de 9 meses, a partir de la aprobación del proyecto, tiempo donde se pudo realizar y llevar a cabo cada una de las actividades establecidas en el cronograma, y con ello dar cumplimiento a los objetivos y fases propuestas.

3.3. VARIABLES DE ESTUDIO

3.3.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Responsabilidad Social Empresarial

3.3.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Estrategia competitiva financiera

3.4. POBLACIÓN

A juicio de Ventura (2017) “la población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar”, es así que para el desarrollo de la investigación se tomó en cuenta a los jefes departamentales de la empresa ASISERVY S.A, mismo que consta de 9 empleados administrativos, siendo estos los necesarios para adaptar las técnicas y herramientas en relación al total de esta población.

3.4.1. TIPO DE POBLACIÓN

➤ POBLACIÓN FINITA

De acuerdo con Salazar y Castillo (2018) “por su tamaño, las poblaciones pueden ser finitas o infinitas”. Por lo tanto, en lo que respecta al desarrollo de la investigación en ASISERVY S, se utilizó una población finita ya que se conoció el número de jefes departamentales, por ende, se estudió toda población.

Es importante mencionar que no se determinó la muestra debido a que este estudio estuvo dirigido a una población en específica.

3.5. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación identificadas y que se aplicaron al presente estudio son las siguiente: Investigación de campo y bibliográfica.

3.5.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

En este proceso fue necesario tener una relación directa con el área de estudio, es por ello que se realizó visitas a las áreas de la empresa ASISERVY S.A, con la finalidad de obtener datos de la situación actual de la organización en relación a la RSE y desempeño económico- financiero, por esta razón fue imprescindible aplicar una investigación de campo, que de acuerdo con Hernández y Mendoza (2018) “son estudios efectuados en una situación realista en la que el investigador manipula una o más variables independientes en condiciones tan cuidadosamente controladas como lo permite la situación”, y para Baena (2017) “la investigación de campo se basa en la realidad por estudiar y tiene como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio”.

3.5.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

La investigación bibliográfica conocida como documental permitió dar sustento teórico al estudio y a cada uno de los procedimientos metodológicos que se aplicó, y con ello se pudo realizar la revisión y adquisición de la fuente información en artículos de revistas, libros y páginas de sitios de web confiable.

Referente a Ríos (2017) “la investigación bibliográfica o documental recurre a la consulta de documentos para obtener sus resultados”, y de acuerdo con Ortega (2017) este tipo de investigación se apoya en fuentes documentales y que como como subtipos de esta investigación, se encuentra la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, etcétera.

3.6. MÉTODOS

Los métodos de investigación que se requirieron para la ejecución del presente estudio fueron los siguientes: método analítico- sintético, descriptivo, deductivo, de expertos y coeficiente V de AIKEN.

3.6.1. MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO

En cuanto a Rodríguez y Pérez (2017) “es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. (p.182). Mediante la aplicación de este método, se pudo obtener y brindar información reciente sobre la empresa y sus factores tanto internos como externos a través de las diferentes herramientas, con el objetivo de implantar datos concretos.

3.6.2. MÉTODO DESCRIPTIVO

Por su parte, Fresno (2019) menciona que son aquellos estudios dirigidos a profundizar en el conocimiento del problema en estudio; son utilizados con frecuencia para caracterizar un hecho o conjunto de hechos que caracterizan una población. Como su nombre lo indica, estos estudios se limitan a describir determinadas características del grupo de elementos estudiados, sin realizar comparaciones con otros. De tal manera, se aplicó en este proceso de investigación, a fin de obtener las características más selectas de la empresa. Describiendo e identificando todos los elementos que la componen. Por otra parte, se utilizó para estudiar los hallazgos de la encuesta que se empleó.

3.6.3. MÉTODO DEDUCTIVO

Para Prieto (2018) “el método deductivo basa sus cimientos en determinados fundamentos teóricos, hasta llegar a configurar hechos o prácticas particulares (p.11). Por otro lado, Perez et al., (2020) “mencionan que el razonamiento deductivo es un proceso lógico mediante el cual se infieren conclusiones a partir de algunas premisas. Es estrictamente un método de demostración porque se parte de una afirmación considerada verdadera. Así mismo, se aplicó este método a fin de dar un mayor apoyo a la investigación, suministrando conclusiones lógicas dentro de las premisas referida sobre el conocimiento del desarrollo competitivo de la empresa ASISERVY S.A., mismo que se respalda mediante fuentes confiables.

3.6.4. MÉTODO DE EXPERTOS (DELPHI)

Para López (2018) “El método de expertos conocido como Delphi permite estructurar un proceso comunicativo de diversos expertos organizados en grupo-panel con vistas a aportar luz en torno a un problema de investigación (p.21), es por ello que dentro del estudio aplicado a ASISERVY fue fundamental desarrollar la metodología Delphi con la finalidad de poder seleccionar el equipo de expertos idóneo y así poder consultar bajo su experiencia y conocimiento los temas a evaluar, aprovechando de esta manera la sinergia del debate entre ellos, para obtener respuestas y datos fiables en el desarrollo de los instrumentos y herramientas aplicados dentro de la investigación.

3.6.5. V DE AIKEN

Referente a Escurra (1988) como se citó en García (2018) V de Aiken es un coeficiente que permite cuantificar la relevancia de los ítems respecto a un dominio de contenido a partir de las valoraciones de N jueces. Este coeficiente combina la facilidad del cálculo y la evaluación de los resultados a nivel estadístico, es así que dentro del estudio aplicado a ASISERVY S.A, este coeficiente nos permitió definir el nivel de aprobación por medio de los expertos seleccionados para así validar el instrumento y herramienta de evaluación (encuesta) aplicada a los jefes departamentales.

3.7. TÉCNICAS

Las técnicas que se emplearon para el desarrollo de la presente investigación fueron las siguientes: entrevista, encuesta y el diagrama de ISHIKAWA.

3.7.1. ENTREVISTA

Esta técnica se usó para recolectar información sobre la empresa ASISERVY S.A, la cual se aplicó al gerente, todo esto con la finalidad de poder conocer sobre la realidad y aplicabilidad de RSE dentro de la organización, y esta forma generar parte de los resultados de la presente investigación. El uso de esta técnica sigue los parámetros mencionados por Hernández, et al (2010) como se citó en Piza et al., (2019), donde establece que la entrevista es más íntima,

manejable y abierta, se define como “una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Por otro lado, Sánchez et al., (2021) “la entrevista se entiende como los encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y el entrevistado, que tienen como finalidad conocer la opinión y la perspectiva que un sujeto tiene respecto de su vida, experiencias o situaciones vividas”.

3.7.2. ESCALA DE LIKERT

Para Rave et al., (2005) como se citó en León et al., (2020) la escala de Likert es utilizada porque se considera fácil de elaborar, además, permite lograr altos niveles de confiabilidad y requiere de pocos ítems, por lo tanto su aplicación dentro del presente estudio fue de gran utilidad para la calificación del instrumento de investigación y con ello establecer la escala de ponderación a emplear, misma estuvo compuesta por un rango de respuesta, que van del 1 al 5 (encuesta) y del 1 al 10 (selección de expertos).

3.7.3. META ANÁLISIS

Referente a Fau et al., (2018) el Meta análisis es una poderosa técnica estadística que combina diferentes estudios para realizar el análisis de tratamientos múltiples o estimar un efecto indirecto en ausencia de una comparación directa, por lo tanto su aplicabilidad dentro de la investigación, se requirió para la selección de los indicadores de las variables de estudio, RSE y estrategia competitiva financiera, bajo los parámetros de incidencia y relación de conceptos o criterios entre los autores indagados en la revisión bibliográfica.

3.7.4. ALFA DE CRONBACH

La ejecución del alfa de Cronbach, dentro de la investigación, tuvo como finalidad determinar la fiabilidad de las respuestas obtenidas en el instrumento empleado a los jefes departamentales de ASISERVY S.A, reflejando un alto índice de confiabilidad a la información y datos analizados. Es por ello que se contrasta con Santo (2017) el coeficiente de Alfa de Cronbach permite evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems de un instrumento, y cuando se trata de alternativas de respuestas policotómicas, como las escalas

tipo Likert; se puede tomar valores entre 0 y 1, donde: 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total.

3.7.5. ENCUESTA

La encuesta facilitó obtener resultados precisos dentro de la investigación de campo, para ello se tuvo como sustento un cuestionario que fue dirigido a los jefes departamentales de la empresa ASISERVY S.A. Para Lema (2016) como se citó en Espinoza (2019) esta técnica de recolección de datos da lugar a establecer contacto con las unidades de observación por medio de los cuestionarios previamente establecidos, y de acuerdo con Domínguez et al., (2019) “la encuesta técnica de investigación basado en un instrumento estandarizado a través del que se miden distintas dimensiones.

3.7.6. DIAGRAMA DE ISHIKAWA

Con el propósito de identificar y conocer los principales elementos de aspecto negativos que repercuten en el logro de objetivos y el alcance de la ventaja competitiva en la empresa ASISERVY S.A se empleó el diagrama ISHIKAWA, mismo que según Sanguesa et al., (2019) “es una técnica y herramienta muy eficaz para desarrollar un análisis estructurado o discusión sobre un problema o tema concreto. (p.117). Del mismo modo para Warner (2020) “este diagrama se lo conoce normalmente como diagrama de Ishikawa ya que permite diferenciar entre las causas y efectos de un problema. (p.28)

3.8. HERRAMIENTAS

Las herramientas que se utilizaron para el desarrollo de la investigación fueron las siguientes: la guía de entrevista, cuestionario y la matriz 5W+1H.

3.8.1. GUÍA DE LA ENTREVISTA

La guía de una entrevista es un documento en la cual comprende de temas, preguntas propuestas y aspectos a considerar en una entrevista. En cuanto a Hurtado (2000) como se citó en Carhuancho y Nolazco (2019) “la guía de entrevista debe contener los datos generales de identificación del entrevistado; datos censales o sociológicos; y datos concernientes al tema de investigación.

(p.67). Por medio de esta herramienta los investigadores tuvieron un conjunto claro de instrucciones y proporcionaron datos cualitativos fiables y comparables, por lo tanto, la guía de entrevista se desarrolló en base a hipótesis presentadas, lo que ayudó a realizar preguntas abiertas y analizarlas antes de empleárselas al gerente de la empresa.

3.8.2. CUESTIONARIO

Tal como menciona Carhuancho y Nolazco (2019) el cuestionario es un documento que contiene la presentación del mismo, las preguntas con su respectiva escala de medición, todas ellas deberán ser contestadas por la persona a quién se encuesta, cabe precisar que en este tipo de instrumento no existe respuesta buena ni mala, todas son válidas para el estudio. Mediante esta herramienta se hizo la respectiva encuesta a los jefes departamentales de la empresa ASISERVY S.A, con la finalidad de obtener información relevante y necesaria que fue útil para el desarrollo de las actividades identificadas en cada uno de los objetivos específicos, verificando así su efectividad.

3.8.3. EXCEL

Para Marín y Zapata (2017) Excel es un programa informático que permite trabajar con datos numéricos, es decir, podemos realizar cálculos, crear tablas o gráficos y también podemos analizar los datos con herramientas tan avanzadas como las tablas dinámicas, además que es una herramienta ampliamente utilizada para trabajar con datos tabulares ya que podremos ordenarlos, filtrarlos, hacer una búsqueda sobre ellos, o utilizar herramientas avanzadas para analizar dicha información, por lo tanto en la presente investigación se empleó esta herramienta con la finalidad de tabular y analizar la encuesta realizada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A y así mismo desarrollar las demás requerimientos del estudio como cálculo de expertos y V de Aiken.

3.8.4. MATRIZ 5W+1H

Para Trías et ál. (2009) como se citó en Garcés y Castrillón (2017) la matriz 5W+1H es una metodología que consiste en responder una serie de preguntas en busca de una solución concreta, como lo expresan (p. 94). Puesto a que

mediante este método se hizo las debidas preguntas a los trabajadores de la empresa, identificando los posibles problemas en el proceso productivo y comercial de la Empresa ASISERVY S.A.

3.9. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

FASE 1.- Identificar los indicadores de las variables: RSE y estrategia competitiva financiera para la medición de la situación actual de ASISERVY S.A.

- Determinación y selección del equipo de expertos para validar los instrumentos de evaluación.
- Revisión bibliográfica de los indicadores de la RSE y de la estrategia competitiva financiera
- Aplicación del Meta-análisis de la información
- Selección de indicadores mediante el método de expertos

Para el desarrollo de esta fase se procedió a aplicar el método Delphi con la finalidad de poder determinar y seleccionar los jueces que validarían cada uno de los instrumentos de evaluación aplicados dentro de la investigación, posterior a eso se realizó una revisión bibliográfica de diferentes autores, y así establecer los indicadores que fueron factibles para medir el nivel de cumplimiento de la RSE y de la estrategia competitiva financiera, para de esta forma poder aplicar la técnica de meta-análisis y reducir ciertos indicadores que se relacionaban entre sí, para finalmente seleccionar los indicadores de las dimensiones y variables que fueron objeto de estudio en la empresa ASISERVY S.A mediante el métodos de expertos (Coeficiente V de AIKEN).

FASE 2.- Medir el nivel de cumplimiento de la RSE como base de la estrategia competitiva financiera, para el conocimiento actual de ASISERVY S.A

- Estructuración y desarrollo de la entrevista al gerente general de ASISERVY S. A
- Preparación y elección de los Ítems para la encuesta mediante el método de experto

- Elaboración y ejecución de la encuesta al grupo de interés (jefes departamentales).
- Determinación de la fiabilidad de respuestas de la encuesta a través del coeficiente del Alfa de Cronbach
- Análisis y tabulación de los datos obtenidos
- Aplicación de los indicadores de la estrategia competitiva financiera

Para el cumplimiento de esta segunda fase de la investigación, se procedió a estructurar un cuestionario de preguntas el cual estuvo dirigido al gerente de ASISERVY, con la finalidad de poder recabar información referente a la RSE de la industria y conocer su situación actual, seguidamente se formuló los ítems para la encuesta, la cual fue revisada y validada por el equipo de experto seleccionado, misma que se aplicó al grupo de interés (Jefes departamentales), cuyos resultados fueron analizados y tabulados respectivamente, determinando su nivel de confiabilidad de respuesta en dicha encuesta a través del coeficiente del Alfa de Cronbach, para así finalizar con la aplicación de aquellos indicadores que fueron seleccionados por los jueces y medir el nivel de cumplimiento de la estrategia competitiva financiera dentro de la empresa atunera.

FASE 3.- Proponer un plan de acción que contribuya al fortalecimiento de la RSE y mejore la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A.

- Determinación de las deficiencias asociadas a la RSE y estrategia competitiva financiera
- Diseño del diagrama de Ishikawa
- Presentación de la propuesta del plan de acción mediante la técnica 5W+1H.

En la tercera fase se determinó las deficiencias asociadas a las variables de estudio y se diseñó el diagrama de Ishikawa (causa y efecto) con la finalidad de identificar algún problema específico en la empresa ASISERVY S.A, donde se procedió a elaborar y presentar la propuesta de un plan de acción mediante la aplicación de la técnica 5W+1H, que permitió la mitigación y erradicación de los riesgos identificados, y que, a partir de este análisis, la industria pudo emplear estrategias que le permitieron alcanzar la ventaja competitiva a largo plazo.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación se especifican los principales resultados obtenidos de la investigación ejecutada en la empresa ASISERVY S.A del cantón Jaramijó con la finalidad de evaluar la responsabilidad social empresarial de la misma, siendo esta la base para su estrategia competitiva financiera, cumpliendo de esta manera con cada una de las fases propuestas en el procedimiento investigativo.

4.1. FASE 1.- Identificar los indicadores de las variables: RSE y estrategia competitiva financiera para la medición de la situación actual de ASISERVY S.A.

4.1.1. Actividad 1. Determinación y selección del equipo de expertos para validar los instrumentos de evaluación.

Para la correcta validación de los instrumentos de evaluación dentro de la investigación aplicada en ASISERVY S.A se tomó como referente los fundamentos aportados por Marín et al., (2021), donde la metodología es asignar un determinado valor a cada uno de los expertos , partiendo de su fuente de argumentación.

Es por ello que para la correcta selección del equipo de experto se procedió aplicar lo siguiente:

- Se efectuó la deliberación de los posibles expertos a través de un perfil de características en relación a los temas a evaluar dentro de la investigación (Ver anexo 1) obteniendo resultados favorables para su correcta selección (Ver anexo 2)
- Se estableció el coeficiente de conocimiento (K_c) y el coeficiente de argumentación (K_a), partiendo de la opinión del encuestado conjunto con el nivel de conocimiento y experiencia sobre el tema evaluado y mediante las fuentes que le permiten dar la fiabilidad a esa información. (Ver anexo 1 y 2)
- Se verificó en la tabla 4.1, y mediante la aplicación de la técnica coeficiente de conocimiento (Ver anexo 2), dio como resultado que todo

el equipo de experto seleccionado adquieren una calificación superior a 0,8, por lo tanto se determina que son aptos para ser tomado como evaluadores de los instrumentos aplicados dentro de la investigación.

Tabla 4. 1 Equipo de expertos seleccionados.

| EXPERTOS | Sumatoria $Ka+kc/2$ |
|-----------|---------------------|
| Experto 1 | 0,92 |
| Experto 2 | 0,98 |
| Experto 3 | 0,85 |
| Experto 4 | 0,97 |
| Experto 5 | 0,98 |
| Experto 6 | 0,92 |
| Experto 7 | 0,93 |

Fuente: Autores de la investigación.

4.1.2. Actividad 2. Revisión bibliográfica de los indicadores de la RSE y de la estrategia competitiva financiera.

Una vez realizada la selección del equipo de experto, se procedió a desarrollar una revisión bibliográfica, de medios y fuentes investigaciones confiables acompañadas de criterios científicos, como libros, tesis y revistas científicas, con la finalidad de identificar los indicadores para evaluar la RSE y la estrategia competitiva financiera dentro de ASISERVY S.A, a continuación se presentan los resultados obtenidos:

➤ RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Para la evaluación de la RSE dentro de ASISERVY S.A se tomó como referencia el modelo propuesto por Rauffet et al. (2017) Los cuales se basan en la aplicación de indicadores bajo la metodología del GRI (Global Reporting Initiative), misma que se enfoca en las dimensiones: Social, económica y ambiental. A continuación se presenta los resultados:

Tabla 4. 2 Revisión bibliográfica de los indicadores de la RSE.

| RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL | | |
|------------------------------------|------------------|-------------------------|
| DIMENSIÓN | AUTOR | INDICADORES |
| | Aránzazu (2019) | Clientes |
| | como se citó en | Proveedores |
| | Gutiérrez (2021) | Empleados |
| | | Proveedores de capital |
| | | Sector público |
| | | Desempeño económico. |
| | Acíar (2019) | Presencia en el mercado |

| | | |
|------------------|--|---|
| | | Impactos económicos indirectos |
| | | Prácticas de adquisición |
| | | Anticorrupción |
| | | Competencia desleal |
| | Rauffet et al. (2017) | Presencia en el mercado |
| | | Impacto económico |
| | González y Robaina (2014) | Desempeño económico |
| | como se citó en Plata y Antolínez (2021) | Presencia en el mercado |
| | | Impactos económicos indirectos |
| Económica | Sánchez (2017) | Transparencia |
| | | Rendición de cuentas |
| | | Resultados financieros |
| | | Impacto en grupos de interés |
| | Alfaro (2021) | Performance económica |
| | | Presencia de mercado |
| | Zaldívar et a. (2021) | Reportes financieros |
| | | Propuesta de valor |
| | | Modelo de negocio |
| | | Prácticas anticorrupción |
| | | Sistema de Gestión de Proveedores |
| | Aghemo (2021) | Performance económica |
| | | Presencia de mercado |
| | | Impactos económicos indirectos |
| | | Medidas anticorrupción |
| | | Comportamientos anticompetitivos |
| Ambiental | Aránzazu (2019) | Materias primas |
| | como se citó en Gutiérrez (2021) | Energía |
| | | Agua |
| | | Biodiversidad |
| | | Emisiones, vertidos y residuos |
| | | Proveedores |
| | | Productos y servicios |
| | | Cumplimiento |
| | | Transporte General |
| | Acíar (2019) | Materiales |
| | | Energía |
| | | Agua |
| | | Biodiversidad |
| | | Emisiones |
| | | Efluentes y residuos |
| | | Cumplimiento ambiental |
| | | Evaluación ambiental de los proveedores |
| | Rauffet et al. (2017) | Materiales |
| | | Energía |
| | | Agua |
| | | Biodiversidad |
| | | Emisiones |
| | | Efluentes y residuos |
| | | Productos y servicios |
| | | Cumplimiento |
| | | Transporte |
| | González y Robaina (2014) | Materiales |
| | como se citó en Plata y Antolínez (2021) | Energía |
| | | Agua |
| | | Biodiversidad |
| | | Emisiones, vertidos y residuos |

| | |
|--|--|
| | Productos y servicios |
| | Cumplimiento normativo |
| | Transporte |
| | General |
| Guerrero (2019) | Materiales |
| | Energía |
| | Agua y efluentes |
| | Biodiversidad |
| | Emisiones |
| | Efluentes y Residuos |
| | Cumplimiento ambiental |
| | Evaluación ambiental del proveedor |
| Sánchez (2017) | Energía |
| | Agua |
| | Materiales |
| | Emisiones |
| | Vertidos y residuos |
| | Impactos en el medio ambiente |
| | Biodiversidad |
| Alfaro (2021) | Materiales |
| | Energía |
| | Agua |
| | Desperdicios |
| Zaldívar et a. (2021) | Sistema de Gestión Ambiental |
| | Prevención de la contaminación |
| | Uso sustentable de recursos materiales |
| | Educación y concientización ambiental |
| | Impactos de transporte, logística y distribución |
| | Logística Reversa |
| Aghemo (2021) | Materiales |
| | Energía |
| | Agua y afluentes |
| | Biodiversidad |
| | Emisiones |
| | Desperdicios |
| | Conformidad ambiental |
| | Empleo |
| Aránzazu (2019) como se citó en Gutiérrez (2021) | Relaciones empresa/trabajadores |
| | Salud y seguridad |
| | Formación y educación |
| | Diversidad y oportunidad |
| | Estrategia y gestión |
| | No discriminación |
| | Libertad de asociación y negociación colectiva |
| | Trabajo infantil |
| | Trabajo forzoso y obligatorio |
| | Medidas disciplinarias |
| | Medidas de seguridad |
| | Derechos de los indígenas |
| | Comunidad |
| | Corrupción |
| | Contribuciones políticas |
| | Competencia y precios |
| | Salud y seguridad del cliente |
| | Productos y servicios |
| | Publicidad |
| | Respeto a la intimidad |
| Aciar (2019) | Empleo |

Social

| | |
|--|--|
| | Relación trabajador empresa |
| | Salud y seguridad en el trabajo |
| | Formación y enseñanza |
| | Diversidad e igualdad de oportunidades |
| | No discriminación |
| | Libertad de asociación y negociación colectiva |
| | Trabajo infantil |
| | Trabajo forzoso u obligatorio |
| | Prácticas en materia de seguridad |
| | Derechos de los pueblos indígenas |
| | Evaluación de los derechos humanos |
| | Comunidades locales |
| | evaluación social de los proveedores |
| | Política pública |
| | Salud y seguridad de los clientes |
| | Marketing y etiquetado |
| | privacidad del cliente |
| | Cumplimientos socioeconómico |
| Rauffet et al. (2017) | Cuestiones laborales |
| | Derechos humanos |
| | Relación y transparencia con la comunidad |
| | Ciclo de vida de los productos generados |
| González y Robaina (2014) como se citó en Plata y Antolinez (2021) | Empleo |
| | Relaciones empresa/trabajadores |
| | Salud/Seguridad en el trabajo |
| | Formación y educación |
| | Diversidad e igualdad de oportunidades |
| | Salud y seguridad del cliente |
| | Etiquetado de productos y servicios |
| | Comunicaciones de marketing |
| | Privacidad del cliente |
| | Cumplimiento normativo |
| Guerrero (2019) | Empleo |
| | Relaciones laborales / de gestión |
| | Seguridad y salud laboral |
| | Entrenamiento y educación |
| | Diversidad e igualdad de oportunidades |
| | No discriminación |
| | Libertad de asociación y negociación colectiva |
| | Trabajo infantil |
| | Trabajo Forzado u Obligatorio |
| | Prácticas de seguridad |
| | Derechos de los Pueblos Indígenas |
| | Evaluación de derechos humanos |
| | Comunidades locales |
| | Evaluación social del proveedor |
| | Política pública |
| | Salud y seguridad del cliente |
| | Marketing y etiquetado |
| | Privacidad del cliente |
| | Cumplimiento Socioeconómico |
| Sánchez (2017) | Prácticas laborales |
| | Ética del trabajo |
| | Derechos humanos |
| | Sociedad |
| | Responsabilidad sobre productos |
| Alfaro (2021) | Relación con los empleados |
| | Seguridad laboral |

| | |
|--------------------------|--|
| | Educación |
| Zaldívar et a. (2021) | Código de Conducta |
| | Compromiso con el desarrollo profesional |
| | Salud y seguridad de los empleados |
| | Condiciones de trabajo, calidad de vida y jornada de trabajo |
| | Relacionamiento con el consumidor |
| | Impacto derivado del uso de productos y/o servicios |
| | Comunicación responsable para el Consumo Consciente |
| | Apoyo al desarrollo de proveedores |
| Aghemo (2021) | Empleo |
| | Relación con los empleados |
| | Salud y seguridad laboral |
| | Entrenamiento y educación |
| | Diversidad e igualdad de oportunidades |
| | No discriminación |
| | libertad de asociación y agregación |
| | trabajo infantil |
| | Prácticas de seguridad en salud |
| | Seguridad de los clientes |
| | Marketing |
| | Privacidad |
| | conformidad social |

Fuente: Autores de la investigación.

➤ ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA

Por lo consiguiente, para medir la estrategia competitiva financiera dentro de ASISERVYA S, A se optó por emplear la búsqueda bibliográfica de indicadores económicos- financieros, tomando como referencia el modelo propuesto por Santiago y Gamboa (2017), (Ver imagen 4.1), el cual se enfoca en medir las razones de liquidez, solvencia de adeudamiento o de apalancamiento, eficiencia, gestión o actividad y de rentabilidad, resultados que se reflejan a continuación:



Figura 4. 1 Variables para medir la estrategia competitiva financiera de una empresa.

Fuente: Santiago y Gamboa (2017).

Tabla 4. 3 Revisión bibliográfica de los indicadores de la estrategia competitiva financiera.

| ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA | | |
|--|----------------------------|--|
| DIMENSIÓN | AUTOR | INDICADORES |
| Razones de liquidez | Santiago y Gamboa (2017) | Capital de trabajo neto |
| | | Razón de circulante |
| | | Prueba ácida o prueba severa |
| | | Conformación del capital de trabajo |
| | Fajardo y Soto (2018) | Capital Neta de Trabajo |
| | | Razón Corriente |
| | | Razón Rápida |
| | Trujillo y Martínez (2020) | Razón corriente |
| | | Prueba acida o de fuego |
| | | Razón de liquidez inmediata |
| | Zapata (2021) | Capital de trabajo neto |
| | | Razón corriente o Índice de liquidez |
| | Barreto (2020) | Prueba ácida |
| | | Capital de trabajo neto |
| | | Ratio de Liquidez General |
| | Puente et al. (2017) | Prueba Acida |
| | | Capital de trabajo Neto |
| | | Capital Neto de Trabajo |
| | | Razón del Capital de Trabajo Neto |
| | Ruiz (2017) | Razón Circulante |
| Razón Acida | | |
| Razón Efectivo | | |
| Córdova (2014) como se citó en Acuña (2018) | Capital de trabajo | |
| | Prueba acida | |
| | Capital de trabajo neto | |
| | Razón corriente | |
| Game (2020) | Prueba ácida | |
| | Prueba súper ácida | |
| Cedeño (2020) | Razón corriente | |
| | Capital de trabajo | |
| | Capital de trabajo | |
| Razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento | Santiago y Gamboa (2017) | Liquidez General |
| | | Índice de endeudamiento o de capital ajeno |
| | | Índice de capital propio |
| | | Índice de pasivo y capital |
| | | Índice de activo fijo y patrimonio |
| | Fajardo y Soto (2018) | Cobertura de intereses |
| | | Nivel de Deuda |
| | | Nivel de deuda/patrimonio |
| | Trujillo y Martínez (2020) | Cobertura de Intereses |
| | | Razón de endeudamiento de corto plazo |
| | | Razón de endeudamiento total |
| | | Endeudamiento con entidades financieras |
| | Zapata (2021) | Apalancamiento total |
| | | Concentración de endeudamiento en el corto plazo |
| | Barreto (2020) | Razón del nivel de endeudamiento |
| | | Apalancamiento total |
| | | Endeudamiento Total |
| | Puente et al. (2017) | Estructura de Capital |
| | | Cobertura de Intereses |
| | | Razón de deuda de Activos |
| Razón deuda Patrimonio | | |
| | | Apalancamiento Financiero |
| | | Razón de Cobertura de Intereses |

| | | |
|---|---|---|
| Razones de eficiencia, gestión o actividad | (Game, 2020) | Razón de Cobertura de Efectivo |
| | | Razón de Cobertura de la Deuda |
| | | Costo promedio de la deuda |
| | Cedeño (2020) | Endeudamiento del activo |
| | | Endeudamiento del patrimonio |
| | | Endeudamiento a corto plazo |
| | | Autonomía/Solvencia |
| | | Razón de endeudamiento |
| | Santiago y Gamboa (2017) | Calidad de la deuda |
| | | Razón de Autonomía |
| | Fajardo y Soto (2018) | Rotación del inventario |
| | | Rotación de la inversión |
| | | Rotación del capital de trabajo |
| | | Rotación de activo fijo |
| | | Rotación de cuentas por cobrar de clientes |
| | | Plazo promedio de cuentas por cobrar clientes |
| | Trujillo y Martínez (2020) | Razón de Cuentas por Cobrar |
| | | Periodo promedio de cobro |
| | | Rotación de Inventarios |
| | | Edad promedio de Inventarios |
| | Zapata (2021) | Ciclo Operacional promedio |
| | | Rotación de Activos totales |
| | | Rotación de cartera de clientes |
| | | Rotación de inventario de materias primas |
| | | Rotación de activos fijos |
| | Barreto (2020) | Rotación de cuentas por pagar proveedores |
| | | Rotación de cuentas por cobrar |
| Plazo promedio de cobranza | | |
| Rotación de inventarios | | |
| Puente et al. (2017) | Plazo promedio de reposición de inventarios | |
| | Rotación de activos totales | |
| | Rotación de Cuentas por Pagar | |
| | Periodo Promedio de Pago | |
| | Rotación de Activos | |
| Ruiz (2017) | Rotación de Inventario | |
| | Rotación del activo | |
| | Rotación de Inventarios | |
| Cedeño (2020) | Rotación de Cuentas por Cobrar | |
| | Rotación de Cuentas por pagar | |
| | Ciclo Operativo y Ciclo de Efectivo | |
| | Rotación de inventario | |
| | Rotación de ventas | |
| Santiago y Gamboa (2017) | Rotación de activos | |
| | Rotación de inventarios: | |
| | Rotación de activos totales | |
| | El Periodo de cobro o rotación anual | |
| Santiago y Gamboa (2017) | Periodos de pagos o rotación anual | |
| | Rotación del capital de trabajo | |
| | Rendimiento de la inversión | |
| | | Utilidades por acción |

| Razones de rendimiento o de Rentabilidad | Rendimiento del capital propio | |
|--|---|------------------------------------|
| | Estados de ingresos y egresos porcentuales | |
| Fajardo y Soto (2018) | Crecimiento de ventas | |
| | Crecimiento de Utilidades | |
| | Margen Bruto | |
| | Razón de margen de utilidad neta | |
| | Trujillo y Martínez (2020) | Margen de utilidad bruta |
| | | Margen de utilidad operacional |
| | | Margen neto de utilidad (ROS) |
| | | Rentabilidad sobre inversión (ROI) |
| | | Rentabilidad del patrimonio (ROE) |
| | | Rendimiento del activo total (ROA) |
| Zapata (2021) | Sistema Dupont | |
| | Utilidad por Acción (UPA) | |
| | Ciclo de caja | |
| | Margen neto de utilidad | |
| | Margen bruto de utilidad sobre ventas | |
| Barreto (2020) | Rentabilidad sobre el capital o ganancia por acción | |
| | Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) | |
| | Índice de insolvencia - Modelo Z2 | |
| | Rentabilidad de Activos (ROA) | |
| | Rendimiento del Capital | |
| Puentes et al. (2017) | Margen de Utilidad Bruta | |
| | Margen de Utilidad Operativa | |
| | Margen de Utilidad Neta | |
| | Margen de utilidad | |
| | Rendimiento sobre activos (ROA) | |
| Ruiz (2017) (Game, 2020) | Rendimiento sobre Capital (ROE) | |
| | Modelo Du Pont | |
| | Retorno sobre los activos (ROA) | |
| Núñez (2018) | Rendimiento del capital (ROE) | |
| | Rendimiento de los activos (ROA) | |
| | Rentabilidad neta del activo (ROA) | |
| | Margen bruto | |
| | Margen operacional | |
| | Rentabilidad Neta en ventas (Margen neto) | |
| | -Rentabilidad operacional del patrimonio | |
| | Rentabilidad financiera (ROE) | |

Fuente: Autores de la investigación.

4.1.3. Actividad 3. Aplicación del Meta-análisis de la información

Posterior a la revisión bibliográfica de los indicadores para las variables de estudio, se procedió a realizar la estructuración de una matriz de indicadores de la RSE y estrategia competitiva financiera por dimensiones, misma que se puede observar en el **anexo 3**, donde se aplicó la técnica del meta-análisis para su revisión y síntesis, todo esto con la finalidad poder reducir a un listado base, y depurar las coincidencias entre los diversos autores indagados, resultado de este proceso, en el **anexo 4**, para de esta manera obtener un información más

sistematizada y que los expertos pudieran seleccionar los indicadores más importante y relevantes dentro de las variables evaluadas.

Es importante mencionar que para el desarrollo de esta actividad se tomó como referencia lo propuesto por Botella y Zamora (2017) donde determinan que esta técnica se basa en la precisión, la objetividad y la replicabilidad de determinados estudios.

Por lo tanto, el producto de la revisión bibliográfica y la aplicación del meta-análisis, a través del cual se estructuró la matriz, dio como resultado un total de 100 indicadores, 54 para la variable de la RSE= 13 en la dimensión económica, 14 en la dimensión ambiental y 27 en la dimensión social, y para la estrategia competitiva financiera un total de 46 indicadores= 5 para las razones de liquidez, 14 para las razones de endeudamiento o solvencia, 12 para las razones de eficiencia, gestión o actividad, y por último 15 para las razones de rendimiento o de rentabilidad, mismo que se describe en la **tabla 4.4**.

Tabla 4. 4 Resumen matriz de indicadores en las variables de estudio.

| Variables | Dimensiones | # de indicadores |
|--|--|-------------------------|
| RSE | Dimensión económica | 13 |
| | Dimensión ambiental | 14 |
| | Dimensión social | 27 |
| Subtotal | | 54 |
| Estrategia competitiva financiera | Razones de liquidez | 5 |
| | Razones de endeudamiento o solvencia | 14 |
| | Razones de eficiencia, gestión o actividad | 12 |
| | Razones de rentabilidad | 15 |
| Subtotal | | 46 |
| Total | | 100 |

Fuente: Autores de la investigación.

4.1.4. Actividad 4. Selección de indicadores mediante el método de expertos

A través de la identificación de la lista de indicadores, se diseñó un instrumento de evaluación (**Ver anexo 5**) que con la ayuda de los jueces, calificaron 16 indicadores para la variable de RSE y 22 indicadores para la variable de estrategia competitiva financiera, tomando en cuenta el nivel de importancias que estos tendría para la investigación aplicada en ASISERVY S.A , por lo que

fue necesario tomar en consideraron los criterios de evaluación, donde el equipo de experto respondieron que índices deberían emplearse atendiendo los siguientes criterios:

Si $V=0$, significa que hay total desacuerdo con los indicadores

Si $V=1$, significa que hay total acuerdo con todos los indicadores

Seguidamente, una vez obtenida las ponderaciones de cada uno de los expertos, se procesó los datos emitidos por los jueces en el Software Microsoft Excel, donde el cálculo de las respuestas y la concordancia de las misma, a través de la fórmula del coeficiente **V de Aiken** que según Escurra (1988) como se citó en García (2018) es $V=S/(n(c-1))$, se pudo establecer la correlación de juicios entre los 7 expertos seleccionados, resultado que se detalla en la tabla 4.5 y 4.6.

Tabla 4. 5 Calculo del coeficiente V de Aiken para la selección de indicadores en la variable de RSE.

| N | INDICADORES | S | N | C | E1 | E2 | E3 | E4 | E5 | E6 | E7 | V DE AIKEN |
|----------------------------|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|------------|
| Dimensión económica | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Presencia en el mercado | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0,57 |
| 2 | Impacto económico | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,57 |
| 3 | Desempeño económico | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | Transparencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 5 | Anticorrupción | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 6 | Resultados financieros | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 7 | Prácticas de adquisición | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0,57 |
| 8 | Competencia desleal | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0,86 |
| 9 | Propuesta de valor | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,57 |
| 10 | Sistema de gestión de proveedores | 3 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0,43 |
| 11 | Rendición de cuentas | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 |
| 12 | Empleados | 1 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,14 |
| 13 | Modelo de negocio | 2 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,29 |
| Dimensión ambiental | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Materiales | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | Energía | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 3 | Agua | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | Biodiversidad | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,57 |
| 5 | Emisiones | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,57 |
| 6 | Cumplimiento ambiental | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,57 |
| 7 | Efluentes y residuos | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 8 | Productos y servicios | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,57 |
| 9 | Transporte | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 10 | Evaluación ambiental de los proveedores | 3 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 |
| 11 | General | 1 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,14 |
| 12 | Prevención de la contaminación | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 13 | Educación y concientización ambiental | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,86 |
| 14 | Logística Reversa | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,57 |
| Dimensión social | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 1 | Salud y seguridad en el trabajo | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | Formación y educación | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 3 | Relaciones empresa/trabajadores | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 |
| 4 | Marketing | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0,57 |
| 5 | Empleo | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 6 | Diversidad e igualdad de oportunidades | 6 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0,86 |
| 7 | Evaluación de los derechos humanos | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0,57 |
| 8 | Comunidad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 9 | Salud y seguridad de los clientes | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 10 | Privacidad del cliente | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,57 |
| 11 | No discriminación | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0,57 |
| 12 | Libertad de asociación y negociación colectiva | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 13 | Trabajo infantil | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,86 |
| 14 | Prácticas en materia de seguridad de salud | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0,57 |
| 15 | Cumplimientos socioeconómico | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 16 | Responsabilidad sobre productos | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0,57 |
| 17 | Trabajo forzoso u obligatorio | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0,57 |
| 18 | Derechos de los pueblos indígenas | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0,43 |
| 19 | Evaluación social de los proveedores | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 |
| 20 | Política pública | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 21 | Ética del trabajo | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 22 | Prácticas laborales | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 23 | Etiquetado de productos y servicios | 2 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,29 |
| 24 | Estrategia y gestión | 2 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,29 |
| 25 | Corrupción | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,57 |
| 26 | Competencia y precios | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 27 | Relacionamiento con el consumidor | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0,43 |

Fuente: autores de la investigación.

Tabla 4. 6 Selección de indicadores para la estrategia competitiva financiera.

| N | INDICADORES | S | N | C | E1 | E2 | E3 | E4 | E5 | E6 | E7 | V DE AIKEN |
|--|--------------------------------------|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|------------|
| Razones de liquidez | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Capital de trabajo neto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | Razón corriente o Índice de liquidez | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 3 | Prueba acida | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | Prueba súper acida | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0,86 |
| 5 | Conformación del capital de trabajo | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| Razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Razón del nivel de endeudamiento | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | Cobertura de intereses | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,86 |
| 3 | Endeudamiento del patrimonio | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | Apalancamiento | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 5 | Endeudamiento a corto plazo | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0,57 |
| 6 | Autonomía/ solvencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 7 | Índice de capital propio | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 8 | Índice de pasivo y capital | 3 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,43 |
| 9 | Índice de activo fijo y patrimonio | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,57 |
| 10 | Razón de Cobertura de Efectivo | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 |
| 11 | Razón de Cobertura de la Deuda | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,29 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 12 | Costo promedio de la deuda | 1 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,14 |
| 13 | Razón de endeudamiento de corto plazo | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 |
| 14 | Endeudamiento con entidades financieras | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,57 |
| Razones de eficiencia, gestión o actividad | | | | | | | | | | | |
| 1 | Rotación de inventarios | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | Rotación de activos totales | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 |
| 3 | Rotación de cuentas por cobrar | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | Periodo promedio de cobro | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 |
| 5 | Rotación de Cuentas por pagar | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0,57 |
| 6 | Rotación del capital de trabajo | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0,43 |
| 7 | Rotación de activo fijo | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 8 | Ciclo Operativo y Ciclo de Efectivo | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0,29 |
| 9 | Edad promedio de Inventarios | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0,57 |
| 10 | Periodo Promedio de Pago | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0,57 |
| 11 | Rotación de la inversión | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,57 |
| 12 | Rotación de ventas | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| Razones de rendimiento o de rentabilidad | | | | | | | | | | | |
| 1 | Rentabilidad del patrimonio (ROE) | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | Rentabilidad de Activos (ROA) | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 3 | Rentabilidad neta en ventas(Margen neto) | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | Margen Bruto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 5 | Margen operacional | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 6 | Utilidad por Acción (UPA) | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 7 | Rentabilidad sobre inversión (ROI) | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0,57 |
| 8 | Modelo Du Pont | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,86 |
| 9 | Estados de ingresos y egresos porcentuales | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,57 |
| 10 | Crecimiento de ventas | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 11 | Crecimiento de Utilidades | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0,57 |
| 12 | Rentabilidad operacional del patrimonio | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,86 |
| 13 | Margen neto de utilidad/Beneficio bruto sobre ventas (ROS) | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 14 | Ciclo de caja | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 |
| 15 | Índice de insolvencia - Modelo Z2 | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,29 |

Elaborado por: autores de la investigación.

Por lo tanto según los resultados mostrados en la tablas **4.5**, demuestra que, de 54 indicadores propuestos para la variable de RSE, 16 solo guardan correlación de importancia y criterios entre los expertos, de la misma manera en la tabla **4.6**, queda evidenciado que de 46 indicadores planteados, solo 22 son los ideales para evaluar la estrategia competitiva financiera dentro de Asiservy S.A y, siendo estas mostradas en la tabla **4.7**.

Finalmente, de los resultados obtenidos en las dos tablas, se puede observar que las mayorías de los indicadores validados y seleccionados por el equipo de

expertos todos responden a las ponderaciones de 1 y 0,86 cumpliendo con lo mínimo de los criterios requeridos en la correlación de los datos obtenidos, por ello se cumple lo especificado por Ecurra (1988) como se citó en Robles (2018), quien mencionan “que los valores de V de Aiken mayores o iguales a 0.8, se considera al ítem válido con un nivel de significancia $p < 0.05$ ”.

Tabla 4. 7 Validación de indicadores de la RSE y estrategia competitiva financiera.

| RSE | | Estrategia competitiva financiera | |
|----------------------------|---|--|---|
| Dimensión económica | 1. Desempeño económico | Razones de liquidez | 1. Capital de trabajo neto |
| | 2. Transparencia | | 2. Razón corriente o Índice de liquidez |
| | 3. Anticorrupción | | 3. Prueba acida |
| | 4. Resultados financieros | | 4. Prueba súper acida |
| | 5. Competencia desleal | | |
| Dimensión Ambiental | 6. Materiales | Razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento | 5. Razón del nivel de endeudamiento |
| | 7. Energía | | 6. Cobertura de intereses |
| | 8. Agua | | 7. Endeudamiento del patrimonio |
| | 9. Efluentes y residuos | | 8. Apalancamiento |
| | 10. Educación y concientización ambiental | | 9. Autonomía/ solvencia |
| Dimensión social | 11. Empleo | Razones de eficiencia, gestión o actividad | 10. Rotación de inventarios |
| | 12. Salud y seguridad en el trabajo | | 11. Rotación de cuentas por cobrar |
| | 13. Formación y educación | | 12. Rotación de activo fijo |
| | 14. Comunidad | Razones de rendimiento o de rentabilidad | 13. Rotación de ventas |
| | 15. Salud y seguridad de los clientes | | 14. Rentabilidad del patrimonio (ROE) |
| | 16. Trabajo infantil | | 15. Rentabilidad de Activos (ROA) |
| | | 16. Rentabilidad neta en ventas (Margen neto) | |
| | | 17. Margen Bruto | |
| | | 18. Margen operacional | |
| | | 19. Modelo Du Pont | |
| | | 20. Crecimiento de ventas | |
| | | 21. Rentabilidad operacional del patrimonio | |
| | | 22. Margen neto de utilidad/Beneficio bruto sobre ventas (ROS) | |

Fuente: Matriz de RSE y Estrategia competitiva financiera.

4.2. FASE 2.- Medir el nivel de cumplimiento de la RSE como base de la estrategia competitiva financiera, para el conocimiento actual de ASISERVY S.A

4.2.1. Actividad 1. Estructuración y desarrollo de la entrevista al gerente general de ASISERVY S. A

La estructuración y desarrollo de la entrevista (evidencia mostrada en el **Anexo 9**) al Señor Bohórquez Ortiz Carlos Alberto Gerente de la empresa “ASISERVY S.A “ constó con un total de 10 preguntas, misma que proporcionó los siguientes resultados: Asiservy tiene aproximadamente 28 años brindando servicios a los mercados nacionales e internacionales, en la cual mantiene como actividad principal la preparación y conservación de pescado, crustáceos (excepto camarón y langostinos) y otros moluscos mediante el congelado, ultracongelado, secado, ahumado, salado, sumergido en salmuera y enlatado, etcétera. Además la empresa actualmente exporta a otros países como: Alemania, Argentina, Bélgica, Bolivia, Brasil, Colombia, España, Chile, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Malta, Paraguay, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Dominicana, Uruguay y Rusia, manteniendo de esta forma una interacción con los mercados internacionales del sector atunero, el Sr. Bohórquez manifestó que tiene conocimiento de RSE y expresa el impacto que tiene de manera directa e inmediata en la vida de los ciudadanos y las comunidades, mismos que buscan a través de programas impulsar el desarrollo económico, la educación y muchas otras causas sociales, también mencionó que la RSE se desempeña con un factor clave para el total crecimiento de la industria, permitiendo que su marca se posicione dentro de su mercado al cual se dirige, reflejando una imagen socialmente sostenible y responsable, lo que conlleva a que nuevos clientes se asocien y se fidelicen a dicha marca, promoviendo la conformidad entre la empresa y la sociedad, además de poder brindar apoyos a sus empleados a emprender en nuevos negocios, por ello es de total aporte al desempeño de la estrategia económica y financiera. De la misma forma se especificó que integrarla a su cadena valor les permite ser más sostenibles y competitivo en todos los ámbitos, y por ende tras su aplicación refleja un alto aporte financiero, la razón es porque los productos de la empresa están

elaborados con mano de obra calificada, garantizan un ambiente seguro y de bienestar para los colaboradores y grupo de interés, generando una mayor productividad en la compañía, demostrando el equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social.

Además el Gerente respondió que ASISERVY se encuentra en un proceso de desarrollo, de un sistema de responsabilidad social empresarial con un claro enfoque en el bienestar de los colaboradores y las comunidades, con la finalidad que a largo plazo se convierta en un ente referente para el sector al cual se dirigen. Del mismo modo en relación a los principales problemas que actualmente tiene la empresa para ejecutar las prácticas de RSE, especificó, que están en un proceso de desarrollo del sistema de responsabilidad, en búsquedas de alianzas adecuadas que permitan ejecutar las prácticas de RSE de manera óptima y eficiente, por ello su no aplicabilidad puede repercutir en su estrategia competitiva financiera a largo plazo, manifestó también que realizan programas de semaforización de eliminación de la pobreza – “Mejora de Calidad de Vida, de la misma forma ejecutan un proyecto denominado Obtención de “SELLO EMPRESA SEGURA”, así mismo otra práctica el “Pacto Global Red Ecuador, BSCI” y finalmente el “Pacto Verde por el futuro de Manta”.

Adicionalmente señaló que se tiene clara la estrategia de comunicación y sostenibilidad para comunicar de manera eficaz y eficiente a todos los niveles las prácticas que realiza la compañía involucrando de manera directa a los colaboradores. Finalmente el funcionario determinó que ASISERVY tiene implementado un gobierno corporativo, comité de ética y auditoría la cual proporciona información del estado de la empresa a sus grupos de interés.

4.2.2. Actividad 2. Preparación y elección de los Ítems para la encuesta mediante el método de experto

Una vez identificado y seleccionados los indicadores para la Variable de la RSE, se dio secuencia al siguiente paso para medir el nivel de cumplimiento de la misma dentro de la empresa ASISERVY S.A, donde fue necesario realizar por nueva ocasión, una revisión bibliográfica, con la finalidad de extraer las preguntas o ítems y sintetizarlas acorde a la investigación, de la cual dio como

resultado lo siguiente: De los 16 indicadores seleccionados se obtuvo un total de 134 preguntas, proceso que se refleja en el **Anexo 6**, y se resume en la **tabla 4.8**.

Tabla 4. 8 Matriz de autores para la selección de preguntas para la variable RSE.

| DIMENSIÓN | INDICADORES | N PREGUNTAS | AUTOR |
|----------------------------|---------------------------------------|-------------|--|
| Dimensión económica | Desempeño económico | 9 | Vidal (2020); Sánchez (2022); Torres (2021) |
| | Transparencia | 9 | Moreno y Silva (2021); Vidal (2020); Huaman (2022); Caldera y Barrios (2019) |
| | Anticorrupción | 9 | Rosero (2016); Sánchez (2022); Torres (2021) |
| | Resultados financieros | 5 | Almeida y Andrade (2022); Sánchez (2019) |
| | Competencia desleal | 5 | Sánchez (2022); Torres (2021); Guambo (2018) |
| Dimensión ambiental | Materiales | 9 | Sánchez (2022); Torres (2021); Rosero (2016) |
| | Energía | 9 | Sánchez (2022), Torres (2021); Cevallos (2021) |
| | Agua | 10 | Sánchez (2022); Torres (2021); Cevallos (2021) |
| | Efluentes y residuos | 13 | Sánchez (2022); Torres (2021); Cevallos (2021) |
| | Educación y concientización ambiental | 8 | Cevallos (2021); Rosero (2016) |
| Dimensión social | Empleo | 6 | Sánchez (2022); Torres (2021); Vidal (2020); Caldera y Barrios (2019) |
| | Salud y seguridad en el trabajo | 11 | Sánchez (2022); Torres (2021); Rosero (2016); Caldera y Barrios (2019) |
| | Formación y educación | 10 | Sánchez (2022); Torres (2021); Guambo (2018); Rosero (2016) |
| | Comunidad | 7 | Sánchez (2022); Guambo (2018); Tamayo y Loor (2017) |
| | Salud y seguridad de los clientes | 7 | Sánchez (2022); Tamayo y Loor (2017); Rosero (2016) |
| | Trabajo infantil | 7 | Sánchez (2022); Rosero (2016) |
| | Total | 134 | |

Fuente: Autores de la investigación

Por lo consiguiente, una vez identificadas las preguntas para cada indicador de la variable de RSE y sus dimensiones, se estructuró un borrador de la encuesta, la cual se envió a cada uno de los jueces para su respectiva validación, misma que estuvo sujeta a cuatro criterios de ponderación, (claridad, congruencia, contexto, y dominio del contexto), donde los expertos debían de responder SI o NO (**Ver anexo 7**). Posterior a eso, una vez evaluadas las preguntas por parte del equipo de expertos, se procedió a tabular las calificaciones del instrumento, a través de software Microsoft Excel, donde las respuestas emitidas por los

mismos, se les valoró con los criterios emitidos por Ecurra (1988) como se citó en Robles (2018):

Si $V=0$, significa que hay total desacuerdo con las preguntas

Si $V=1$, significa que hay total acuerdo con todas las preguntas

Por otro lado, la información presentada por los jueces a través del Software Microsoft Excel, donde se calculó la coherencia de las respuestas de los expertos, estuvo sujeta a la fórmula del coeficiente V de Aiken que según según Ecurra (1988) como se citó en García (2018) es: $V=S/(n(c-1))$ en donde:

S: Se refiere a la suma de valores asignados por el juez.

n: Corresponde al número de jueces.

c: Número de valores asignados en la matriz de valoración.

Permitiendo de esta forma la correlación de criterios entre los 7 expertos seleccionados.

Es importante recalcar, que a través del coeficiente V de Aiken, se establecieron las preguntas que cumplían con la ponderación mínima que se requería para su selección, y para ello se utilizó la metodología propuesta por Ecurra (1988) citado Robles (2018), en donde determinan “que los valores de V de Aiken mayores o iguales a 0.8, se considera al ítem válido con un nivel de significancia $p<0.05$ ”, además su aplicación permitió corregir aquellas preguntas que aun cumpliendo con la valoración, contaban con falencias dentro de la redacción del contexto, procediendo a mejorar y aplicar correctamente los comentarios y observaciones emitidos por los expertos seleccionados, aumentando de esta forma el grado de eficiencia y eficacia del instrumento de evaluación a aplicar dentro de la empresa objeto de estudio. El procedimiento desarrollado se lo detalla en el **anexo 8**, mientras en la tabla 4.9, se resume la ejecución de la actividad 4, en la fase 2, dando como resultado que de 134 preguntas propuestas, una vez realizada su valoración, el instrumento final quedaría formado con 52 preguntas para medir la variable de RSE dentro de ASISERVY S.A

Tabla 4. 9 Resumen matriz de validación de preguntas.

| Dimensión | Indicadores | Preguntas propuestas | Preguntas validadas | Frecuencia acumulada |
|------------------|---------------------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| Económica | Desempeño económico | 9 | 3 | 3 |
| | Transparencia | 9 | 3 | 6 |
| | Anticorrupción | 9 | 3 | 9 |
| | Resultados financieros | 5 | 3 | 12 |
| | Competencia desleal | 5 | 2 | 14 |
| Ambiental | Materiales | 9 | 4 | 18 |
| | Energía | 9 | 3 | 21 |
| | Agua | 10 | 3 | 24 |
| | Efluentes y residuos | 13 | 5 | 29 |
| | Educación y concientización ambiental | 8 | 3 | 32 |
| Social | Empleo | 6 | 3 | 35 |
| | Salud y seguridad en el trabajo | 11 | 4 | 39 |
| | Formación y educación | 10 | 4 | 43 |
| | Comunidad | 7 | 3 | 46 |
| | Salud y seguridad de los clientes | 7 | 3 | 49 |
| | Trabajo infantil | 7 | 3 | 52 |
| Total | | 134 | 52 | |

Fuente: Autores de la investigación.

4.2.3. Actividad 3. Elaboración y ejecución de la encuesta al grupo de interés (jefes departamentales).

Una vez seleccionadas las preguntas que evaluarían el cumplimiento de la RSE dentro de la empresa objeto de estudio se procedió a estructurar el instrumento de medición final, mismo que quedo formado con un total de 52 preguntas, tal cual como se observa en la tabla 4.10 y se evidencia en el **Anexo 10**.

Tabla 4. 10 Resumen de la estructuración final de las preguntas

| Dimensión | Indicadores | Preguntas validadas | Rango de preguntas |
|------------------|---------------------------------------|---------------------|--------------------|
| Económica | Desempeño económico | 3 | 01-03 |
| | Transparencia | 3 | 04-06 |
| | Anticorrupción | 3 | 07-09 |
| | Resultados financieros | 3 | 10-12 |
| | Competencia desleal | 2 | 12-14 |
| Ambiental | Materiales | 4 | 15-18 |
| | Energía | 3 | 19-21 |
| | Agua | 3 | 22-24 |
| | Efluentes y residuos | 5 | 25-29 |
| | Educación y concientización ambiental | 3 | 30-32 |
| Social | Empleo | 3 | 33-35 |
| | Salud y seguridad en el trabajo | 4 | 36-39 |
| | Formación y educación | 4 | 40-43 |
| | Comunidad | 3 | 44-46 |
| | Salud y seguridad de los clientes | 3 | 47-49 |
| | Trabajo infantil | 3 | 50-52 |
| Total | | 52 | |

Fuente: Autores de la investigación.

Posterior a esto se realizó la encuesta a todos los jefes departamentales de ASISERVY S.A, tomando en cuenta una escala de ponderación y valoración Likert de cinco rangos: 1=Nunca, 2=Pocas Veces , 3=Algunas Veces, 4=Casi siempre, y, 5=siempre., donde fue necesario emitir por correo electrónico a través del formulario de google forms cada una los ítems a evaluar, obteniendo como resultado 9 jefes departamentales encuestados (evidencia mostrada en el **anexo 15**), permitiendo de esta forma recabar la información necesaria de la RSE que actualmente mantiene la empresa atunera.

4.2.4. Actividad 4: Determinación de la fiabilidad de respuestas de la encuesta a través del coeficiente del Alfa de Cronbach

Para determinar la fiabilidad de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada a los jefes departamentales, fue necesario desarrollar su cálculo en el software Excel (Ver **anexo 11**) donde se aplicó la fórmula propuesta por santo (2017) :

$$= \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Donde:

α : Coeficiente de confiabilidad de la prueba o cuestionario.

k: Número de ítems del instrumento.

Vi: Es la Varianza total del instrumento.

Vt= Es la Suma de la varianza individual de los ítems, $i = 1, \dots, k$

Y que para la interpretación de los resultados se requirió atender a los criterios definidos por George y Mallery (2003) como se citó en Gazca, et al (2020):

Coeficiente alfa $>.9$ es excelente.

Coeficiente alfa $>.8$ es bueno.

Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable.

Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable.

Coeficiente alfa $>.5$ es pobre.

Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

Por lo tanto su aplicación matemática, dieron por resultado un coeficiente Alpha del 96% sobre las 52 preguntas aplicadas, y en relación a los criterios de validación indica que la fiabilidad del instrumento es excelente debido a que sobrepasa el valor de ≥ 0.9 , además las varianzas de cada pregunta están en un promedio de 21,97, es decir que es el rango de fidelidad a los resultados obtenidos (Ver tabla 4.11).

Tabla 4. 11 Confiabilidad de respuestas a través del coeficiente.

| Variable | Alfa de Cronbach | Nº de elementos |
|----------|------------------|-----------------|
| RSE | 96,41% | 52 |

Fuente: Autores de la investigación.

4.2.5. Actividad 5. Análisis y tabulación de los datos obtenidos.

La tabulación y procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta, se la empleo a través del software Microsoft Excel, con el fin de sintetizar la información mediante gráficos y tablas, además para un mayor entendimiento, fue necesario aplicar una escala de valoración porcentual con análisis e interpretación cualitativo, misma que fue propuesta por Aguilar (2014) como se citó en Delgado y Saltos (2018) donde hacen referencia a la aplicación de una escala para la interpretación de los resultados que va desde 1 hasta 100, según los puntajes obtenidos se analiza la situación de la empresa referente a cada indicador como se detalla en el tabla 4.12.

Tabla 4. 12 Ponderaciones para interpretación de resultados, en escala de Likert.

| Indicador | Valoración | Puntajes en % | Interpretación |
|--------------------------|------------|---------------|----------------|
| Siempre (5) | 1-5 | 81-100 | Excelente |
| Casi siempre (4) | | 61-80 | Muy bueno |
| Algunas veces (3) | | 41-60 | Regular |
| Pocas veces (2) | | 21-40 | Malo |
| Nunca (1) | | 1-20 | Deficiente |

Fuente: Elaborado a partir de Aguilar (2014) como se citó en Delgado y Saltos (2018)

De la misma forma se propuso el siguiente procedimiento que se realizó en Excel con el fin de poder determinar los niveles valor promedio y nivel deseado a describir en las tablas de resultados relacionadas a cada indicador:

Nivel percibido de los indicadores

Es el promedio porcentual de nivel de cumplimiento actual de los indicadores en comparación al máximo porcentaje a obtener, ejemplo:

| Ítems | Nivel de los ítems | Cálculo | Nivel Actual del indicador | Nivel máximo/ideal |
|-------|--------------------|---|----------------------------|--------------------|
| P1 | 90% | $= \frac{P1 + P2 + P3}{\text{Total de criterios}}$ $= \frac{90 + 82 + 65}{3} =$ | 79% | 100% |
| P2 | 82% | | | |
| P3 | 65% | | | |

Grado de respuesta de los indicadores

Es el promedio de respuestas de los ítems en cada indicador, en relación al nivel deseado a obtener, ejemplo:

| Ítems | Nivel de respuestas en cada pregunta | Cálculo | Resultado promedio de respuestas obtenidos | Grado de respuesta en promedio deseado |
|-------|--------------------------------------|---|--|--|
| P1 | 4.5 | $= \frac{P1 + P2 + P3}{\text{Total de criterios}}$ $= \frac{4.5 + 4.1 + 3.25}{3} =$ | 3.95 | 5 |
| P2 | 4.1 | | | |
| P3 | 3.25 | | | |

A continuación, se presenta el análisis y tabulación de cada uno de los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A.

A. Dimensión Económica

A continuación, se presentan los resultados aplicados en la encuesta respecto a la dimensión económica y sus indicadores.

1. Desempeño Económico

Tabla 4. 13 Medición de la dimensión económica mediante el indicador de desempeño económico.

| DESEMPEÑO ECONÓMICO | Ítems | | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | |
|---------------------|---|----|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------|----------------------------|-------------|--------------|-----|---------|-----|
| | | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | La empresa se preocupa por obtener el máximo beneficio de su actividad | P1 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | La empresa cuenta con balance de costos y gastos anual. Así como de ingresos por apoyos recibidos o donaciones realizadas | P2 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 8 | 89% |
| | La empresa paga sus impuestos de forma regular y continua conforme a la ley | P3 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 8 | 89% |
| | Ítems | | Grado de respuesta | | | | Nivel del indicador | | | | | |
| | | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | |
| | P1 | | 4.78 | | | | 96% | | | | | |
| | P2 | | 4.89 | 4.85 | 5 | | 98% | 97% | 100% | | | |
| | P3 | | 4.89 | | | | 98% | | | | | |
| | Numero de muestra | | 9 | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

En relación a la tabla 4.13, muestra un nivel de desempeño económico óptimo y casi excelente, debido a los criterios de valoración en referencia al grado de respuestas generaron un promedio de 4.85 sobre 5, lo que demuestra que existe un nivel de cumplimiento de casi siempre, a la vez se obtuvo un nivel excelente en el indicador equivalente al 97 % sobre 100%.

En lo que respecta al análisis por pregunta se obtuvo lo siguiente: en la P1 el 78 % de los jefes departamentales mencionaron que la empresa siempre se preocupa por obtener el máximo beneficio de su actividad, y el 22 % que casi siempre, en lo que respecta a la P2 el 89 % de los encuestados señalaron que la empresa siempre cuenta con balances de costos y gastos anuales, además que se mantiene un registros de los ingresos recibidos como apoyo o donaciones, y mientras que el 11 % determinaron que casi siempre, finalmente en la P3 el 89 % declararon que la empresa siempre paga sus impuestos de forma regular y continua conforme a la ley y el 11% que casi siempre.

Resultados que demuestran que en un alto porcentaje existe un nivel óptimo de su actividad empresarial y que la empresa mantiene un alto nivel de desempeño económico dentro de su mercado cumpliendo con sus obligaciones empresariales, de esta manera contrastando lo anterior, Rodríguez (2021) menciona que un buen desempeño económico eficiente, se debe a que las

organizaciones tienen como objetivo obtener un beneficio económico cada vez mayor, esto constituye la razón de ser de una empresa.

2. Transparencia

Tabla 4. 14 Medición la dimensión económica mediante el indicador de transparencia.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|----------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------|----------------------------|-------------|--------------|---|---------|---|------------|
| | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | | |
| TRANSPARENCIA | La empresa muestra apertura a la información hacia sus partes interesadas | P4 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 2 | 22% | 6 | 67% |
| | La empresa ejecuta y pública la rendición de cuentas del manejo de recursos conforme a ley | P5 | 0 | 0% | 1 | 11% | 0 | 0% | 1 | 11% | 7 | 78% |
| | Ha demostrado la empresa que la información presentada está sin artificios contables que oculten la imagen fiel de la situación de la organización. | P6 | 0 | 0% | 1 | 11% | 0 | 0% | 1 | 11% | 7 | 78% |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | | Nivel del indicador | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | | |
| | | P4 | 4.55 | | 91% | | | | | | | |
| | P5 | 4.55 | 4.55 | 5 | 91% | 91% | | | | | | |
| | P6 | 4.55 | | 91% | | | | | | | | |
| | Numero de muestra | 9 | | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Referente a la tabla 4.14, el indicador de transparencia refleja un nivel de cumplimiento excelente equivalente al 91 %, y que en promedio de grado de respuesta se obtuvo el 4.55 sobre 5, mismo que demuestran que la escala de medición empleada se sitúa en casi siempre.

En lo que respecta al análisis por pregunta se obtuvo como resultado lo siguiente: en la P4 el 67% de los encuestado especificaron que siempre la empresa muestra apertura a la información hacia sus partes interesadas, el 22% que casi siempre y el 11% que algunas veces, seguidamente en la P5 el 78 % de los jefes departamentales mencionaron que la ASISERVY S.A siempre ejecuta y publica la rendición de cuentas del manejo de recursos conforme a la ley , el 11% que casi siempre y otro 11 % que poca veces, por último en la P6 el 78% detallaron que la empresa siempre demuestra que la información que está presente esta sin artificios contables que puedan ocultar la imagen fiel de la

situación actual de la misma, el 11% que casi siempre y otro 11 % que pocas veces.

Por lo tanto los resultados comprenden, que la industria mantiene una excelente transparencia haciendo que sus partes interesadas se fidelicen y se sientan satisfechos de la información, productos, etc., que esta ofrece, por ello para Amézquita y Arredondo (2019) la transparencia contribuye, sin lugar a dudas, a la legitimación de la empresa y a que esta pueda hacerse de una buena reputación, a la vez que se designe la revelación voluntaria de la información que la organización debe comunicar a sus grupos de interés.

3. Anticorrupción

Tabla 4. 15 Medición de la dimensión económica mediante el indicador de anticorrupción.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|-----------------------|--|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|-------------|----|---|-----|---|-----|
| | | Nunca | Pocas veces | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | | | | | | |
| ANTICORRUPCIÓN | La empresa capacita a sus empleados sobre los temas de integridad y combate a la corrupción | P7 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa posee un procedimiento de verificación de denuncias y de sanciones en el caso de hechos comprobados | P8 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | Dentro de la empresa se establecen políticas y prácticas de anticorrupción | P9 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | | | | | | | | | | | | |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | Nivel del indicador | | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | | |
| | P7 | 4.66 | | | | 93% | | | | | | |
| | P8 | 4.78 | 4.74 | 5 | | 96% | 95% | | | | | |
| | P9 | 4.78 | | | | 96% | | | | | | |
| | Numero de muestra | 9 | | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

En lo que respecta a la tabla 4.15, el indicador de anticorrupción refleja que mantiene un excelente nivel de cumplimiento equivalente al 95 % sobre 100 % y un grado de respuesta equivalente a un promedio de 4,74 sobre 5, lo que demuestra que la pregunta considerada para este indicador se cumple en la escala de casi siempre.

Consecuentemente, en relación al análisis por pregunta se obtuvo lo siguiente: En la P7 el 67 % de los jefes departamentales mencionaron que ASISERVY S.A siempre capacita a sus empleados sobre los temas de integridad para combatir

a la corrupción, y el 33% que casi siempre, seguidamente en la P8 el 78 % de los encuestados señalaron que la empresa siempre posee un procedimiento de verificación de denuncias y de sanciones en el caso de hechos comprobados, y el 22 % que casi siempre, y finalmente en la P9 78 % especificaron que dentro la industria atunera siempre se establecen políticas y prácticas de anticorrupción, y el 22 % que casi siempre.

Por lo tanto estos resultados demuestran la empresa siempre está al margen de cualquier situación que tachen de corrupta a la misma y para ello se emplea una serie de procedimientos que permitan controlar casos que dañen a la integridad de la empresa, por lo tanto se sustenta lo mencionado por Vega (2021) donde señalan que uno de los beneficios más importantes para las empresas que implementen prácticas de anticorrupción está relacionado a la reducción del riesgo de comisión de actos de corrupción y las implicancias de estas. Es decir, se evita incurrir en un delito de corrupción y tener que hacer frente a un proceso penal, ya que esto perjudica a la empresa a todo nivel, tanto en aspectos económicos, porque se dejaría de percibir las ganancias estimadas, como aspectos relacionados a la reputación frente a la sociedad.

4. Resultados Financieros

Tabla 4. 16 Medición de la dimensión económica mediante el indicador de resultados financieros.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|---|--------------|---|---------|---|------|
| | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | | |
| RESULTADOS FINANCIEROS | La empresa cumple anualmente con la presentación de sus estados financieros ante la SUPERCIAS | P10 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 9 | 100% |
| | En la empresa ,la persona que está a cargo de la información financiera la maneja con total responsabilidad | P11 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 9 | 100% |
| | La empresa lleva un registro de su liquidez, rentabilidad, endeudamiento, cobertura y actividad operativa | P12 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 9 | 100% |
| | | | | | | | | | | | | |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | Nivel del indicador | | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | | Nivel ideal | | | | |
| | P10 | 5 | | | | 100% | | | | | | |
| | P11 | 5 | 5 | 5 | | 100% | | 100% | | 100% | | |
| | P12 | 5 | | | | 100% | | | | | | |
| | Numero de muestra | | | | 9 | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Según lo mostrado en la tabla 4.16, el indicador de resultados financieros se encuentran en un nivel perfecto y en los más altos niveles de excelencia equivalente al 100% sobre 100% y un grado de respuestas equivalente a un promedio de 5 sobre 5, lo que muestra que las preguntas consideradas para este indicador se cumple en la escala de siempre.

En cuanto a la interpretación de los resultados por pregunta, en la P10 el 100% de los encuestados manifestaron que siempre la empresa cumple anualmente con la presentación de sus estados financieros ante la SUPERCIAS, seguidamente en la P11 el 100% señalaron que la persona que esta cargo de la información financiera dentro de ASISERVY S.A la maneja con total responsabilidad, y para la P12 el 100% de los jefes departamentales indicaron que la industria atunera lleva un registros de su liquidez, rentabilidad, endeudamiento, cobertura y actividad operativa.

Por lo tanto estos resultados demuestran que la empresa cumple de manera eficiente y eficaz con la presentación y manejo de resultados financieros y que cumple con todos los requisitos legales que dispone la ley. De esta forma para Accion Opportunity Fund (2021) los resultados financieros dan información sobre la salud financiera de una compañía, son como los rayos X de las finanzas de un negocio.

5. Competencia Desleal

Tabla 4. 17 Medición de la dimensión económica mediante el indicador de competencia desleal.

| COMPETENCIA DESLEAL | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | |
|--|--|-------------------------------------|---------------------|----------------|----------------------------|---------|-------------|-----|-----|-----|-----|
| | | Nunca | Pocas veces | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | | | | | |
| | La empresa tiene políticas o prácticas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | P13 | 4 | 45% | 0 | 0% | 1 | 11% | 2 | 22% | 2 |
| Dentro de la empresa son adecuada la política sobre competencia desleal referente a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, fiscalización de productos. | P14 | 4 | 45% | 0 | 0% | 1 | 11% | 2 | 22% | 2 | 22% |
| Ítems | Grado de respuesta | | Nivel del indicador | | | | | | | | |
| | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | | Nivel ideal | | | | |
| P13 | 2.77 | | | 55% | | | | | | | |
| P14 | 2.77 | 2.77 | 5 | 55% | 55% | | 100% | | | | |
| Numero de muestra | 9 | | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Como se muestra en la tabla 4.17, el indicador de competencia desleal mantiene un nivel de cumplimiento regular equivalente al 55% sobre 100%, y un grado de respuestas equivalente a un promedio de 2.77 sobre 5, lo que refleja que las preguntas consideradas para este indicador se ubican en una escala de “pocas veces”.

El análisis por pregunta dio como resultado lo siguiente: En la P13 y P14 refleja un 55% de nivel de cumplimiento, es decir se encuentra debajo de la escala de excelencia y muy bueno que es del 60 al 100 %, y esto se debe a que el 45 % de los jefes departamentales indicaron que la empresa nunca tiene políticas o practicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia, y que nunca son adecuadas las políticas sobre competencia desleal referente a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, fiscalización de productos, así mismo el 22% que casi siempre , y otro 22 % que siempre y el 11 % que algunas veces, por lo tanto es un indicador que se debe tomar en cuenta por parte de los directivos para que estos puedan emplear acciones de mejoras y que puedan alcanzar los estándares de excelencia.

Por lo tanto estos resultados demuestran que en general la empresa no busca evitar que existan prácticas desleales frente a la competencia, debido a que la mayoría de jefes departamentales aseveran que nunca la industria se preocupan por emplear en su totalidad normas y practica claras y precisas que permitan alcanzar los más altos niveles de integridad frente a sus clientes y demás stakeholders, Por ello para Hernández (2020) las empresas muchas veces se aprovechan de los consumidores realizando todo tipo de actos fraudulentos y saliendo impunes de ellos, por lo que es necesario que haya una regulación y unas normas legales que protejan al consumidor y demás partes interesadas frente a esta indefensión.

- **APORTE DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA A LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA.**

Como se puede observar en primera instancia existe un nivel desempeño económico óptimo lo que hace que su estrategia competitiva financiera se vea

totalmente positiva y fortalecida, por ende a futuro la empresa puede cubrir sus obligaciones como pagos de impuestos sin ningún tipo de inconvenientes, además de invertir en nuevos negocios con la finalidad de aumentar su rentabilidad y que su liquidez como tal sea solvente. Seguidamente en el anexo 12 (evidencia tomada de los resultados financieros) se puede reflejar como la empresa cumple con sus obligaciones de manera continua, cumpliendo con lo requerido y estipulado por la ley, demostrando de esta forma el compromiso latente con sus partes interesadas.

En lo que compete al índice de transparencia se toma como referencia la presentación de los informes contables, económicos, entre otros, de forma legal la cual, la información presentada a su público meta (evidencia que se muestra en la SUPERCIAS), se detalla sin ningún tipo de inconveniente es decir problemas como artificios contables, por lo tanto esto hace que aporte benéficamente a su estrategia competitiva financiera puesto que al tener una transparencia y ética basadas en principios, la empresa como tal se va a ver favorecida debido a que los clientes van a confiar plenamente de su organización de la cual adquieren un determinado bien y servicio, a la vez va a existir el ahorro de recurso como el seguimiento jurídico (temas de abogados) en casos ilegales presentados dentro de la industria atunera.

En lo respecta al índice de anticorrupción se muestra un resultado positivo, debido a que la empresa se preocupa por invertir en temas de capacitación contra casos de corrupción dentro de su cadena de valor y sectores al cual se dirige, a la vez posee estrictas políticas que hace que sus empleados como tal sigan una serie de lineamientos que les obliga a cumplir de forma legal con sus actividades conforme a lo estipulados por las normas de la industria y la ley, por lo tanto esto hace que este compromiso aporte totalmente a su estrategia competitiva financiera, haciendo que la empresa ahorre ciertos recursos económicos en casos de cohechos presentados y así evite generar una mala imagen a su público meta.

Es importante mencionar que al tener no existir ningún tipo de corrupción, la empresa va a poder reducir los costos de hacer negocios, evitando el riesgo a sanciones administrativas y/o legales, además del riesgo de reputación, en caso

de ser encontrados culpables de corrupción, por lo consiguiente va a atraer a clientes, inversionistas y personal con alto nivel de integridad, y finalmente va a facilitar la buena toma de decisiones para promover condiciones de mercados más justos.

En relación a los resultados financieros se muestra que existe un compromiso eficiente con cada uno de sus partes interesadas, esto hace que la empresa muestre su información financiera haciéndola pública según lo dictado por la ley a través de la plataforma de SUPERCIAS, donde sus clientes y demás público (estudiantes) puedan hacer estudios y analizar la situación financiera actual en la que se encuentra, esto hace que existan recomendaciones en caso de mejoras donde la empresa lo puede tomar en cuenta y ponerlas en práctica, conllevándola a que se obtenga resultados positivos, por lo tanto esto va a aportar totalmente a su estrategia competitiva financiera, además de ganar clientes por recomendaciones y credibilidad empresarial dentro de sector en el cual se dirige.

Finalmente según los resultados mostrados en el indicador de competencia desleal, al no existir políticas o normas que lleven el control de casos de corrupción para ganar competitividad de forma ilegal, esto hace que exista la posibilidad que a futuro se cree un círculo vicioso donde existan prácticas de competencia desleal, lo que conlleva a que se reduzca la inversión económica afectando totalmente a su estrategia competitiva financiera y que la vez ocasione ineficiencias derivadas del aumento de los costos a la hora de hacer negocio, por lo tanto su manejo y control consiste en la elaboración de políticas y la ejecución de procedimientos de administración del riesgo que eviten a futuro la materialización de la corrupción en temas de competencia desleal.

B. Dimensión Ambiental

De la misma forma se detallan los resultados aplicados en la encuesta respecto a la dimensión ambiental.

1. Materiales

Tabla 4. 18 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de Materiales.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|-------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------|----------------------------|-------------|--------------|------|---------|---|-----|
| | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | | |
| MATERIALES | La empresa realiza iniciativas puntuales para la reducción de materiales | P15 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | La empresa realiza campañas con los empleados, por ejemplo, reducción de impresiones, reutilización de vasos descartables, entre otros, buscando la disminución del consumo de materiales | P16 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa vende o entrega residuos a terceras empresas, que los utilizan como insumos en sus procesos. | P17 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa establece metas e indicadores de reducción del consumo de materiales que deben ser atendidos por su cadena de valor | P18 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 3 | 33% | 5 | 56% |
| | | | | | | | | | | | | |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | | Nivel del indicador | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | | |
| | P15 | 4.77 | | | | 96% | | | | | | |
| | P16 | 4.66 | 4.63 | 5 | | 93% | 93% | | 100% | | | |
| | P17 | 4.66 | | | | 93% | | | | | | |
| | P18 | 4.44 | | | | 89% | | | | | | |
| | Numero de muestra | 9 | | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

En relación a la tabla 4.18, el indicador de materiales refleja un nivel de cumplimiento excelente equivalente al 93% sobre 100%, y un grado de respuestas con un promedio de 4.63 sobre 5, lo que da entender que la las mayorías de preguntas propuesta en este índice está en la escala de “Casi siempre”.

Seguidamente el análisis por pregunta se obtuvo lo siguiente: En la P15 el 78 % de los encuestados especifican que la industria atunera siempre realiza iniciativas puntuales para la reducción de materiales, y el 22 5 que casi siempre, en la P16 el 67 % de los jefes departamentales indicaron que la empresa siempre realiza campañas con los empleados para la reducción de materiales como, impresiones, reutilización de vasos descartables, entre otros, buscando la disminución del consumo de los mismos, y el 33 % que casi siempre, de la misma manera en la P17 el 67 % señalan que la organización siempre vende o entrega residuos a terceras empresas, que los utilizan como insumos en sus procesos, y

el 33 % que casi siempre, finalmente en la P18 el 56 % determinan que la entidad siempre establece metas e indicadores de reducción del consumo de materiales que deben ser atendidos por su cadena de valor, el 33% que casi siempre y el 11 % que algunas veces.

De esta forma estos resultados evidencia que ASISERVY en general mantiene una buena gestión ambiental en el temas de reducción de materiales, debido a que su uso excesivo e innecesario afecta directamente al entorno en el cual se encuentra, es así que para Salas (2019) el reducir el desperdicio de material no solo conlleva al aumento del margen de ganancia, debido a la reducción de costos, sino también implica reducción del impacto ambiental que tienen estas empresas.

2. Energía

Tabla 4. 19 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de energía.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|----------------|---|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|---|--------------|---|---------|---|-----|
| | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | | |
| ENERGÍA | La empresa tiene un programa para la reducción del consumo de energía, cualquiera sea la fuente | P19 | 1 | 11% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 5 | 56% |
| | La empresa cuenta con ventanas de vidrio que permiten el ingreso de la luz natural y viento para la ventilación, generando un ahorro de energía | P20 | 1 | 11% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 7 | 78% |
| | La empresa utiliza aparatos electrónicos de máxima eficiencia energética | P21 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4 | 44% | 5 | 56% |
| | | | | | | | | | | | | |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | Nivel del indicador | | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | | Nivel ideal | | | | |
| | P19 | 4.22 | 4.41 | 5 | 82% | 87% | | 100% | | | | |
| | P20 | 4.44 | | | 89% | | | | | | | |
| | P21 | 4.56 | | | 91% | | | | | | | |
| | Numero de muestra | 9 | | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

En lo que respecta a la tabla 4.19, se tiene que el indicador de energía refleja un nivel de cumplimiento excelente, el cual equivale al 87% sobre 100%, y el grado de respuesta en promedio es de 4.41 sobre 5, lo que demuestra que las preguntas propuestas en este índice se encuentran en la escala "Casi siempre".

En el análisis por pregunta se obtuvo lo siguiente: en la P19 el 56 % manifestaron que la empresa siempre tiene un programa para la reducción del consumo de energía

cualquiera sea la fuente, el 33 % que casi siempre y el 11 % que nunca, para la P20 el 78 % de los encuestados detallaron que siempre la industria cuenta con ventanas de vidrio que permiten el ingreso de la luz natural y viento para la ventilación, generando un ahorro de energía, el 11 % que casi siempre y el otro 11% que nunca, y finalmente para la pregunta 21 el 56 % de los jefes departamentales indicaron que la ASISERVY siempre utiliza aparatos electrónicos de máxima eficiencia energética y el 44 % que casi siempre.

Por lo tanto estos resultados aclaran que la empresa por lo general lleva un buen control para reducir el consumo excesivo de energía, demostrando así obtener una máxima eficiencia energética, tomando conciencia con el medio ambiente, por ende según Romo y Morales (2021) La eficiencia energética hace referencia al consumo inteligente de la energía, es decir, atender una necesidad con la menor cantidad de energía, es una de las políticas que llevan a mejorar el medio ambiente el uso y ahorro de energía.

3. Agua

Tabla 4. 20 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de agua.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|-------------|---|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|---|--------------|---|---------|---|------------|
| | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | | |
| AGUA | La empresa realiza acciones de prevención sobre fugas de agua | P22 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | En los baños de la empresa se cuenta con una instalación de grifos con temporizador de flujo, inodoros de doble descarga y duchas de bajo consumo | P23 | 0 | 0% | 1 | 11% | 1 | 11% | 2 | 22% | 5 | 56% |
| | La empresa tiene implementado un sistema de medición de consumo de agua | P24 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | | | | | | | | | | | | |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | Nivel del indicador | | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | | Nivel ideal | | | | |
| | P22 | 4.66 | 4.51 | 5 | 93% | 90% | | 100% | | | | |
| | P23 | 4.22 | | | 85% | | | | | | | |
| | P24 | 4.66 | | | 93% | | | | | | | |
| | Numero de muestra | 9 | | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

El indicador de agua refleja un nivel cumplimiento del 90 % sobre 100 siendo un aspecto de gran excelencia , a la vez se obtuvo un grado de respuesta que en

promedio es de 4.51 sobre 5, lo que indica que las respuestas para el índice se encuentran en una escala de casi siempre.

Por lo tanto para el análisis por pregunta se dio lo siguiente: en la P22 el 67% señalaron que siempre la empresa realiza acciones de prevención sobre fugas de agua y el 33 % que casi siempre, seguidamente en la P23 el 56 % especificaron que siempre en los baños de ASISERRVY se cuenta con una instalación de grifos con temporizador de flujo, inodoros de doble descarga y duchas de bajo consumo, el 22% casi siempre, el 11% algunas veces y el otro 11% que pocas veces, en la P24 el 67 % de los jefes departamentales determinaron que siempre la industria tiene implementado un sistema de medición de consumo de agua y el 33 % que casi siempre.

Es así que todos estos resultados demuestran que la empresa por lo general toma un alta conciencia sobre el consumo de agua de forma responsable, por lo que según Vilariño (2018) una gestión correcta y sostenible de los recursos hídricos puede convertirse en una buena ventaja competitiva para toda empresa, como por ejemplo a la hora de empezar a implementar la economía circular, viendo que el agua es algo que puede reutilizarse y ser recuperada como recurso.

4. Efluentes y Residuos

Tabla 4. 21 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de efluentes y residuos.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|-----------------------------------|-------------|---------------|--------------|---------|---------------------|-----|---|-----|---|------------|
| | | Nunca | Pocas veces | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | | | | | | |
| EFLUENTES Y RESIDUOS | La empresa emplea acciones en los transportes de residuos peligrosos | P25 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa toma en cuenta los cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías | P26 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | La empresa clasifica los residuos según las características, materiales o tratamientos a los que pueden ser sometidos | P27 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 8 | 89% |
| | La empresa dispone de contenedores de reciclaje en las áreas administrativas y de producción | P28 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | La empresa dispone de aparatos electrónicos de larga vida útil para evitar la generación de residuos | P29 | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 2 | 22% | 5 | 56% |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | | | Nivel del indicador | | | | | |

| | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal |
|-------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------|----------------------------|-------------|
| P25 | 4.66 | 4.69 | 5 | 93% | 94% | 100% |
| P26 | 4.78 | | | 96% | | |
| P27 | 4.89 | | | 98% | | |
| P28 | 4.78 | | | 96% | | |
| P29 | 4.33 | | | 87% | | |
| Numero de muestra | 9 | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A.

De acuerdo a la tabla 4.21, el indicador de efluentes y residuos presentan un nivel de cumplimiento del 94% sobre 100% y que en grado de respuesta se obtuvo un promedio de 4.69 sobre 5, lo que comprende que las preguntas empleadas en este índice se colocan en una escala de “casi siempre”.

Seguidamente como se puede observar en la tabla 4.21, en las cinco preguntas la mayoría reflejan respuestas positivas, solo un reducido grupo de jefes departamentales que manifestaron la opción de respuestas de “algunas veces” en la P29 correspondiente al 22 %, y la diferencia porcentual entre las demás preguntas equivalen a las opciones de respuestas de “Casi siempre” y “Siempre”, en relación a que la empresa emplea acciones en los transporte de residuos peligrosos, toma en cuenta los cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías, clasifica los residuos según las características, materiales o tratamientos a los que pueden ser sometidos, dispone de contenedores de reciclaje en las áreas administrativas y de producción, y de aparatos electrónicos de larga vida útil para evitar la generación de residuos.

De esta manera estos resultados demuestran que ASISERVY S.A generalmente cuenta con una buena gestión de residuos y efluentes, lo que hace que la industria mantenga una imagen más ecoamigable con su entorno, conllevando a que sus partes interesadas prioricen la necesidad de ejecutar acciones responsables con el medio ambiente, es por ello que según Bargo (2016) como se citó en Luque (2018) la concienciación en el uso responsable de los recursos y de la sustentabilidad ambiental de las empresas presenta cada vez una mayor exigencia con el cumplimiento de normas de tipo ambiental, así como de recomendaciones de responsabilidad social empresarial, por ello es importante el manejo y el uso responsable de técnicas de reutilización de efluentes y residuos.

5. Educación y Concientización Ambiental

Tabla 4. 22 Medición de la dimensión ambiental mediante el indicador de educación y concientización ambiental.

| EDUCACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL | Ítems | | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------|----------------|----------------------------|-------------|----|---|-----|---|-----|
| | | | Nunca | Pocas veces | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | | | | | |
| | La empresa cuenta con reconocimientos o certificaciones medioambientales | P30 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4 | 44% | 5 | 56% |
| | La empresa realiza campañas de concientización sobre el medio ambiente por medios físicos y/o digitales | P31 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa cuenta con un programa continuo de educación y concientización ambiental, buscando el mayor compromiso y concientización del público interno | P32 | 0 | 0% | 6 | 67% | 0 | 0% | 3 | 33% | 0 | 0% |
| EDUCACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL | Ítems | Grado de respuesta | | Nivel del indicador | | | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | | |
| | P30 | 4.56 | | | 91% | | | | | | | |
| | P31 | 4.66 | 3.96 | 5 | 93% | 79% | 100% | | | | | |
| | P32 | 2.67 | | | 53% | | | | | | | |
| | Numero de muestra | | | 9 | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Como se muestra en la tabla 4.22, la educación y concientización ambiental tiene un nivel de cumplimiento muy bueno equivalente a un 79 % sobre 100, y en el grado de respuesta se obtuvo un promedio de 3.96 sobre 5, lo que refleja que las preguntas diseñadas para este indicador se coloraron en la escala de “Algunas veces”.

En lo que concierne a las tres preguntas se obtuvo que un 67% de los jefes departamentales en la P32 indicaron en la escala de “pocas veces” y el restante se ubicaron en la escala de “casi siempre” y “siempre” con respecto a que la empresa cuenta con certificaciones medioambientales, al igual que realiza campañas de concientización sobre el medio ambiente por medios físicos y digitales, y que también cuenta con un programa continuo de educación y concientización ambiental para el compromiso de su público interno.

De esta manera queda demostrado que ASISERVY S.A de manera general, mantiene una buena gestión en educación y concientización ambiental, sin embargo no se preocupa en su totalidad a incentivar con su público interno o partes interesadas a que se enfoquen en cuidar y proteger el medio ambiente, y con ello evidenciar que la industria siempre busca generar una imagen

completamente ecoamigable con su entorno, por ende para Rodríguez et al. (2021) la educación y concientización ambiental tiene una función única y clave: sensibilizar a la población respecto a la necesaria conciencia ambiental, con la transmisión del conocimiento y las perspectivas ecológicas a las generaciones futuras, puede garantizarse una perspectiva sustentable y ecológicamente respetuosa en sus visiones del mundo.

- **APORTE DE LA DIMENSIÓN AMBIENTAL A LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA.**

A nivel general una buena gestión ambiental permite a toda empresa ser más sostenibles y ecoamigable con nuestro entorno, lo que hace que se pueda captar a nuevos clientes que les guste comprar y adquirir nuevos productos de carácter ecológico, por lo tanto los indicadores en la presente dimensión, estuvieron direccionados a como la industria invierte en la RSE ambiental haciendo a que largo plazo esta puede ahorrar recursos monetarios a través de su aplicación, por ello esto aportaría totalmente a su estrategia competitiva financiera, y a la vez reflejar una imagen empresarial ecológica comprometida con sus partes interesadas.

En lo que compete al índice de Agua y energía mostramos que la implementación de equipos con máxima eficiencia energética y al tener un buen sistema de control de fugas la empresa ahorra y optimiza gastos favorables haciendo que su rentabilidad siga aumentando y que no se vea afectada a largo plazo por no invertir en temas de RSE, por lo tanto se puede evidenciar en el Anexo 12, la diferencia positiva obtenida por el periodo 2019-2020 equivalente a un valor ahorrado de \$5.606,52 que en porcentaje relativo representa un 14.37 % del 100%.

Seguidamente en relación el índice de efluentes y residuos se puede mostrar un aporte total al medio ambiente y la parte económica y financiera, debido a que la empresa hace inversiones en maquinarias o aparatos electrónicos de larga vida útil que eviten la generación de residuos y reduzca costo en la producción, un ejemplo claro se evidencia en los **anexo 12** en la que se refleja en los estados financieros de la organización, donde muestra la inversión en condensador evaporativo, ablandador, coches de congelación, montacargas, tanque de

bunquer, tanque de recolección de caldo, etc., donde esto hizo que para el periodo 2020 la empresa tuviera la reducción de residuos y efluentes que pudieran perjudicar al medio ambiente, a la vez se muestra un ahorro de recursos notable puesto que la industria optimizó recursos como el pago de sueldos a empleados que se dediquen a la limpieza diaria de residuos generados en la producción. Además que se obtuvo una diferencia favorable en relación a las inversiones en temas de maquinarias valorado en \$276.281,00 equivalente a un porcentaje relativo del 42.25%.

Finalmente como se muestra en el índice de educación y concientización ambiental, existe un cumplimiento óptimo sin embargo se muestra un pequeño porcentaje donde pocas veces se invierte en un programa continuo que busque el mayor compromiso y concientización del público interno esto hace que afecte a su estrategia competitiva financiera y su compromiso con el medio ambiente, debido a que no se mostrarían inversiones en programas ambientales que educen a sus partes interesadas y por ende puede existir una pérdida de clientes que le gusten educarse continuamente en temas de cuidado con el medio ambiente.

C. Dimensión social

Finalmente se reflejan los resultados aplicados en la encuesta respecto a la dimensión social

DIMENSIÓN SOCIAL

1. Empleo

Tabla 4. 23 Medición de la dimensión social mediante el indicador de empleo.

| | Ítems | | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | |
|---------------|---|--------------------|-----------------------------------|-------------|---------------|--------------|---------|-----|---|-----|---|-----|
| | | | Nunca | Pocas veces | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | | | | | |
| EMPLEO | La empresa desarrolla nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | P33 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 5 | 56% | 3 | 33% |
| | La empresa otorga permiso parental a sus empleados | P34 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa realiza inversiones para crear oportunidades de empleo para las futuras generaciones | P35 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | Ítems | Grado de respuesta | Nivel del indicador | | | | | | | | | |

| | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal |
|-------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------|----------------------------|-------------|
| P33 | 4.22 | 4.51 | 5 | 84% | 90% | 100% |
| P34 | 4.66 | | | 93% | | |
| P35 | 4.66 | | | 93% | | |
| Numero de muestra | | | 9 | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

En relación a la tabla 4.23, el indicador de empleo mantiene un nivel de cumplimiento del 90% que representa una escala de excelencia, y en el grado de respuesta se obtuvo un promedio de 4.51 sobre 5, lo que indica que la valoración de las preguntas en este índice se encuentra en respuestas de “Casi siempre”.

En lo que respecta al análisis de las 3 pregunta se obtuvo solo un pequeño porcentaje que reduce el grado de excelencia en este índice, el cual es la P33 correspondiente al 11 % en respuestas de “Algunas veces”, y las demás se ubican en valoración de “Casi siempre” y “Siempre” en relación a que la empresa desarrolla nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal, otorga permiso parental a sus empleados y realiza inversiones para crear oportunidades de empleo para las futuras generaciones.

Por lo tanto estos resultados demuestran que la industria atunera generalmente mantiene un alto índice de generación de empleo y apoyo de solidaridad con sus trabajadores, mismo que permite demostrar la participación por ayudar a su sociedad en común y que estos se sientan satisfechos de tener una empresa optima que capte y brinde ayuda social a sus colaboradores y demás partes interesadas, de esta manera referente a Vives (2018) la empresa puede y debe crear empleo a través de su crecimiento, pero ello tiene límites determinados por el mercado y su situación financiera, además que es su responsabilidad social considerar a los trabajadores primero como seres humanos antes que como instrumentos de producción, con su dignidad y sus problemas, de allí que deben tener condiciones físicas de trabajo, remuneraciones y beneficios sociales compatibles con esa dignidad.

2. Salud y Seguridad en el Trabajo

Tabla 4. 24 Medición de la dimensión social mediante el indicador de salud y seguridad en el trabajo.

| | Ítems | | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | |
|--|---|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|-------------|-----|---|-----|---|------------|
| | | | Nunca | Pocas veces | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | | | | | |
| SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO | La empresa cuenta con un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo acorde a la normatividad | P36 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | La empresa brinda servicios de salud en el trabajo | P37 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa brinda apoyo en caso de dolencias y enfermedades laborales | P38 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa realiza oportunamente exámenes médicos a los trabajadores para ver cómo esta su estado de salud | P39 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 1 | 11% | 7 | 78% |
| | Ítems | | Grado de respuesta | | Nivel del indicador | | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | | |
| | P36 | 4.78 | | | | | | | | | | |
| | P37 | 4.66 | 4.69 | 5 | 96% | 94% | 100% | | | | | |
| | P38 | 4.66 | | | 93% | | | | | | | |
| | P39 | 4.67 | | | 93% | | | | | | | |
| | Numero de muestra | | | 9 | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Como se puede observar en la tabla 4.24, la salud y seguridad en el trabajo tiene un nivel óptimo del 94% sobre 100%, y en el grado de respuestas un promedio de 4.69 sobre 5, lo que comprende que las preguntas desarrolladas en este indicador se ubican en la escala de “Casi siempre”.

En lo que respecta al análisis de las 4 preguntas existe un 11 % (P39) de jefes departamentales que respondieron en la escala de “algunas veces”, y las demás se ubican en la escala de “casi siempre” y “siempre”, referente a que la empresa cuenta con un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo acorde a la normatividad, brinda servicios de salud en el trabajo, apoyo en caso de dolencias y enfermedades laborales y realiza oportunamente exámenes médicos a los trabajadores para ver cómo está su estado de salud.

Por esta razón, estos resultados determinan que ASISERVY se preocupa constantemente, por el cuidado, bienestar y salud de sus empleados, velando siempre por la seguridad de los mismos, además se puede comprender que existe un correcto sistema de gestión que le permite a la industria controlar y evitar todo tipo accidente que afecte directamente con la salud y seguridad de sus colaboradores a la hora de realizar su trabajo , para Obando et al., (2019) al

implementar los sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo, las organizaciones pueden obtener como resultado una reducción de la accidentalidad, además de un aumento en la productividad, lo cual impacta directamente en los resultados económicos y financieros de la empresa.

3. Formación y Educación

Tabla 4. 25 Medición de la dimensión social mediante el indicador de formación y educación.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | Siempre | 67% | | | | |
|------------------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|-------------|-----|---|-----|---|------------|
| | | Nunca | Pocas veces | Algunas veces | Casi siempre | | | | | | | |
| FORMACIÓN Y EDUCACIÓN | La empresa emplea programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | P40 | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 1 | 11% | 6 | 67% |
| | La empresa apoya a los empleados que desean continuar sus estudios, facilitando el tiempo necesario para ello | P41 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 2 | 22% | 6 | 67% |
| | La empresa promueve entrenamientos específicos pasantes | P42 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | La empresa contrata aprendices siguiendo la legislación específica para ellos | P43 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 3 | 33% | 5 | 56% |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | Nivel del indicador | | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | | |
| | P40 | 4.44 | 4.56 | 5 | 89% | 91% | 100% | | | | | |
| | P41 | 4.56 | | | 91% | | | | | | | |
| | P42 | 4.78 | | | 96% | | | | | | | |
| | P43 | 4.44 | | | 89% | | | | | | | |
| Numero de muestra | | | | | | | 9 | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Como se ilustra en la tabla 4.25, el índice de formación y educación tiene un nivel de cumplimiento óptimo equivalente al 91 % sobre 100%, y el grado de respuesta en un promedio de 4.56 sobre 5, lo que se puede apreciar que las preguntas formuladas para este indicador se situó en la escala de “Casi siempre”.

En lo concerniente al análisis de las 4 preguntas, se obtuvo lo siguiente: el 22 % (P40) y el 11% en la (P41) y (P43) señalaron la valoración de “Algunas veces” y las demás se colocaron en la escala de “Casi siempre y “Siempre” , con respecto a que la empresa emplea programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición; a que apoya a los empleados que desean continuar sus estudios, facilitando el tiempo necesario para ello; a

que promueve entrenamientos específicos pasantes; y; contrata aprendices siguiendo la legislación específica para ellos.

En este sentido se comprende que la industria atunera educa y capacita constantemente a sus empleados y demás partes interesadas, además apoya a personas que no tiene experiencia (pasantes) dentro de campo laboral y empresarial, es decir, capacita y recompensa sus conocimientos adquiridos brindándole un determinado puesto de trabajo, de esta manera para Flórez et al., (2017) como se citó en Murillo et al., (2022) un buen plan de formación y educación de los empleados y demás partes interesadas, mejora la imagen de marca y el prestigio de la empresa que resulta así más atractiva tanto para sus propios trabajadores como para los externos, y permite atraer y retener el talento que es clave para el éxito empresarial.

4. Comunidad

Tabla 4. 26 Medición de la dimensión social mediante el indicador de comunidad.

| | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|-------------|--------------|---|---------|---|-----|
| | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | | |
| COMUNIDAD | La empresa realiza campañas o proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad | P44 | 0 | 0% | 8 | 89% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% |
| | La empresa promueve y apoya la educación en todos los niveles e involucra acciones que mejoren la calidad de la misma | P45 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | La empresa apoya de alguna manera su establecimiento a grupos de la localidad (tercera edad, clubes, guarderías). | P46 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% |
| | | | | | | | | | | | | |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | Nivel del indicador | | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | | |
| | P44 | 2.33 | | | 47% | | | | | | | |
| | P45 | 4.78 | 3.96 | 5 | 96% | 80% | | | | 100% | | |
| | P46 | 4.78 | | | 96% | | | | | | | |
| | Numero de muestra | 9 | | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Con respecto a la tabla 4.26, el indicador de comunidad mantiene un nivel de cumplimiento de muy bueno el cual corresponde a un 80% sobre 100, y un grado de respuesta con un promedio equivalente a 3.96 sobre 5, en este sentido se comprende que las pregunta desarrolladas para este indicador se ubicaron en la escala de “Casi siempre”.

El análisis precedente a la 3 preguntas demuestran que todos los jefes departamentales respondieron en las valoraciones pocas veces equivalente al 89% en el P44 y el restante “Casi siempre” y “Siempre”, correspondientes a que la empresa realiza campañas o proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad; promueve y apoya la educación en todos los niveles e involucra acciones que mejoren la calidad de la misma y finalmente que apoya de alguna manera su establecimiento a grupos de la localidad (tercera edad, clubes, guarderías).

En este sentido, estos resultados demuestran que ASISERVY S.A, refleja que no existe un buen compromiso social con su comunidad, promoviendo campañas y proyectos que beneficien en su totalidad a la misma y mejoren sus calidades de vida, pero a la vez si provee acciones enriquecedoras y satisfactorias que enfatizan su total preocupación por su sociedad en común como es el apoyo a la educación y poseer un establecimiento adecuado dentro de la empresa para personas de tercera edad. Por ello para Córdoba (2020), la participación de las empresas viene ligada al desarrollo de las comunidades, ya que a medida que las empresas van creciendo, se puede ir dando un desarrollo a su alrededor, brindando un mejoramiento en la calidad de vida de sus pobladores.

5. Salud y Seguridad de los clientes

Tabla 4. 27 Medición de la dimensión social mediante el indicador de salud y seguridad de los clientes.

| SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES | Ítems | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|-----------------------------------|---|-------------|---|---------------|---|--------------|---|---------|---|-----|
| | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | | |
| | La empresa considera que en sus instalaciones y en el servicio que presta en general el cliente gozará de la completa protección y seguridad que se merece | P47 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 11% | 8 | 89% |
| | La empresa cuenta con un programa especial que hace foco en la salud y seguridad del consumidor/ cliente de sus productos o servicios, abriéndoles canales de comunicación para recibir la sugerencia de mejora | P48 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 33% | 6 | 67% |
| | La empresa lleva a cabo procedimientos de retiro de productos del mercado que | P49 | 0 | 0% | 2 | 22% | 0 | 0% | 1 | 11% | 6 | 67% |

pueden generar daño o peligro para la salud de clientes, consumidores y/o usuarios

| Ítems | Grado de respuesta | | | Nivel del indicador | | |
|-------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|-------------|
| | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal |
| P47 | 4.89 | 4.59 | 5 | 98% | 92% | 100% |
| P48 | 4.66 | | | 93% | | |
| P49 | 4.22 | | | 85% | | |
| Numero de muestra | 9 | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Referente a la tabla 4.27, la salud y seguridad de los clientes mantiene un nivel de cumplimiento optimo del 92 % sobre 100%, y un grado de respuesta de 4.59 sobre 5, lo que se interpreta que las pregunta elaboradas en este ítems, se ponderaron en la escala de “Casi siempre”.

En cuanto al análisis por pregunta se puede observar que la mayorías de los encuestados respondieron en la escala de “casi siempre” y “siempre” en relación a que ASISERVY S.A considera que en sus instalaciones y en el servicio que presta en general el cliente gozará de la completa protección y seguridad que se merece, así mismo que cuenta con un programa especial que hace foco en la salud y seguridad del consumidor/ cliente de sus productos o servicios, abriéndoles canales de comunicación para recibir la sugerencia de mejora y finalmente lleva a cabo procedimientos de retiro de productos del mercado que pueden generar daño o peligro para la salud de clientes, consumidores y/o usuarios, sim embargo tambien se puede notar que en la P49 el 22 % de los jefes departamentales respondieron en “Pocas veces” lo que demuestra que existe una pequeña inconformidad y que debe ser atendida por los altos directivos.

De esta manera, estos resultados demuestran que en general la industria atunera se preocupa notablemente por el bienestar, salud y seguridad de sus clientes y consumidores, además que se enfocan en mantener un alto nivel de integridad en este aspecto social y que todas sus partes interesadas como los clientes puedan gozar y sentirse satisfecho de los productos y servicios que esta ofrece. Por ello para Larrinaga (2019) dentro de las medidas para la salud y la seguridad de los consumidores, toda organización debe presentar información

sobre el porcentaje de categorías de productos y servicios significativos, para que se evalúen los impactos en la salud y seguridad a fin de hacer mejoras.

6. Trabajo Infantil

Tabla 4. 28 Medición de la dimensión social mediante el indicador de trabajo infantil.

| TRABAJO INFANTIL | Ítems | | Valoración opciones de respuestas | | | | | | | | | |
|--|--|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------|----------------------------|---------------|----|--------------|-----|---------|-----|
| | | | Nunca | | Pocas veces | | Algunas veces | | Casi siempre | | Siempre | |
| | La empresa participa con frecuencia de foros y eventos que abordan aspectos relacionados con el trabajo infantil | P50 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4 | 44% | 5 | 56% |
| La empresa rechaza en su código de conducta la explotación del trabajo infantil | P51 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% | |
| La empresa busca a concientizar a su público interno sobre el trabajo infantil y / o apoya campañas públicas sobre el asunto | P52 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 22% | 7 | 78% | |
| | Ítems | Grado de respuesta | | | | Nivel del indicador | | | | | | |
| | | Resultado promedio del ítem | Calificación promedio del indicador | Resultado Deseado | Nivel del ítem | Nivel Actual del indicador | Nivel ideal | | | | | |
| | P50 | 4.56 | | | 91% | | | | | | | |
| | P51 | 4.78 | 4.71 | 5 | 96% | 94% | 100% | | | | | |
| | P52 | 4.78 | | | 96% | | | | | | | |
| | Numero de muestra | 9 | | | | | | | | | | |

Fuente: Encuesta de RSE aplicada a los jefes departamentales de ASISERVY S.A

Correspondiente a la tabla 4.28, el índice de trabajo infantil mantiene un nivel de cumplimiento del 94% sobre 100%, y un grado de respuesta con un promedio de 4.71 sobre 5, lo que demuestra que las preguntas aplicadas en este indicador se ubicaron en la escala de “Casi siempre”.

En lo que respecta al análisis de las 3 preguntas se puede observar que los jefes departamentales determinaron una valoración de “Casi siempre” y “siempre” en relación a que la empresa participa con frecuencia de foros y eventos que abordan aspectos relacionados con el trabajo infantil; rechaza en su código de conducta la explotación del trabajo infantil; y busca a concientizar a su público interno sobre el trabajo infantil y / o apoya campañas públicas sobre el asunto.

Concerniente a lo mencionado, estos resultado demuestran que ASISERVY S.A rechaza notablemente el trabajo infantil, además que se rige a una ley, norma y conducta, que prohíbe el abuso y explotación laboral a menores de edad, por ende esto hace que cree una cultura que busque concientizar a todas su parte interesadas sobre este tema, De esta forma referente a la OIT (2022) todas las

empresas deben contribuir a los esfuerzos en ese sentido en el país en que operan, así como a los esfuerzos mundiales encaminados a eliminar todas las formas de trabajo infantil.

- **APORTE DE LA DIMENSIÓN SOCIAL A LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA.**

Con respecto al aspecto social, un buen cumplimiento óptimo permite a toda empresa demostrar el compromiso consecutivo que tiene con sus grupos de interés , en este caso la sociedad que abarca a los clientes, empleados y demás personas que tenga vínculo con la industria, por eso su aplicabilidad repercute a la obtención de resultados positivos en su estrategia competitiva financiera.

En primera instancia se puede evidenciar que ASISERVY S.A el índice de empleo aporta totalmente a las finanzas de la empresa puesto que según el gerente una estrategia utiliza es el de apoyarles a sus empleados en nuevos negocios y que alcance una mejor posición laboral, seguidamente implementa constantemente software con la finalidad de recudir ciertos trabajos que lo puede realizar solo un empleado en vez de 3 o 4 esto hace que se ahorre recursos monetario, claro ejemplo se lo evidencia por el periodo 2019 donde la empresa invirtió en un software por US\$. 240,000 denominado (sistema SAP BO) y que para el periodo 2020 solo invirtió US\$. 80,887 obteniendo una diferencia de US\$ 159,113 que en porcentaje relativo equivale al 66.30 existiendo un ahorro notable, además se puede evidencia en las gastos administrativos es decir a partir de la aplicación de estas estrategias existió rotación de empleados, valor que se refleja en el **anexo 12** donde se obtiene una diferencia de \$ 731,935.71, equivalente a un 20.58 %.

En segunda instancia podemos observar que la empresa invierte continuamente en capacitar a sus empleados respecto a sus procesos operativos y administrativos por lo tanto esto hace que sean productivos en sus actividades a desempeñar, pudiendo cumplir con sus metas establecida en un determinado periodo, por lo tanto esto conlleva que se vea reflejado en la rentabilidad obtenidas por el buen desempeños de sus trabajos, además se puede evidenciar en los resultados financieros positivos de la empresa y con ello demostrar el aporte total a su estrategia competitiva financiera.

Por ultimo tenemos el ítem de que si la empresa realiza campañas o proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad, se puede evidenciar que existe un valor negativo el cual puede afectar a su estrategia competitiva financiera, puesto que va a perder credibilidad empresarial en temas de participación con la sociedad, puesto que no hay una inversión en este tema y por ello si no se reaplica correctamente a largo plazo afectaría también a su participación en el mercado y por ende a su imagen responsable, sin embargo se justifica debido que según el gerente de empresa por el periodo 2020 no se pudo ejecutar este tipo de prácticas por temas de pandemia, pero posterior a los siguientes periodo si se procede aplicar correctamente.

4.2.6. Actividad 6. Aplicación de los indicadores de estrategia competitiva financiera.

Con la finalidad de conocer la situación actual de industria y para la correcta aplicación de los indicadores fue necesario emplear una escala de valoración de cumplimiento o rango óptimo, para cual se tomó como referencia lo propuesto por los autores Santiago y Gamboa (2017), Rivas y Montero (2020); Carchi et al. (2020) y Baena (2014), para de esto modo emplearlos dentro de la empresa ASISERVY S.A y medir su nivel de cumplimiento en su estrategia competitiva financiera, a continuación se muestra la valoración de los indicadores en la tabla 4.29.

Tabla 4. 29 Rango óptimo para la interpretación de resultados de los indicadores de estrategia competitiva financiera.

| Razón | Indicador | Rango óptimo | Semáforo |
|---|---|--------------------------------------|----------|
| Ratios de liquidez | Razón o índice corriente | USD 1-1,90; o = 2 | Negativo |
| | Prueba ácida | USD 1-1,50 ; o = 1 | |
| | Prueba súper Ácida. | USD 1-1,50 ; o =1 | |
| | Capital de trabajo neto | USD 0 > 1 ; o = Act Corr > Pas Corri | |
| Ratios de endeudamiento o solvencia | Nivel de endeudamiento. | = 0 < 50% | |
| | Solvencia | = > 50 % | |
| | Cobertura de interés | = 1 | |
| | Apalancamiento. | = 0 > 1% o <25% | |
| | Endeudamiento patrimonial | = 0 > 1 % o hasta el 40% | |
| Ratios de eficiencia, gestión o actividad | Rotación de inventarios. | = 6 a 12 veces al año | |
| | Rotación de carteras o cuentas por cobrar | = 6 a 12 veces al año | |
| | Rotación de Activos fijos | = 6 a 12 veces al año | |
| | Rotación de ventas | = 6 a 12 veces al año | |
| | Beneficio bruto sobre ventas (ROS). | > 1% | |

| | | | |
|------------------------|---|---------|----------|
| Ratios de rentabilidad | Rentabilidad neta del patrimonio (ROE). | > 1% | Positivo |
| | Rentabilidad del activo de operación (ROA). | > 1% | |
| | Rentabilidad neta del activo (Du Pont) | > 1% | |
| | Margen bruto | 1 a 30% | |
| | Beneficio neto sobre ventas (Margen neto) | > 1% | |
| | Margen operacional | > 1% | |
| | Rentabilidad operacional del patrimonio | > 1% | |
| | Crecimiento de ventas | > 1% | |

Fuente: Elaboración propia con base a los autores mencionados.

De la misma forma para la correcta aplicación de los indicadores de la estrategia competitiva financiera, fue importante hacer uso de la información económica-financiera mostrada por la organización en la SUPERCIAS por el periodo 2020, dichas evidencias están reflejada en el **anexo 12**, a continuación de se presentan los resultados de lo mencionado.

RAZONES DE LIQUIDEZ: estos indicadores permitieron medir la capacidad que tiene ASISERVY S.A, para hacer frente a las obligaciones o deudas a corto plazo.

- **Razón o índice corriente**

Tabla 4. 30 Índice corriente.

| Cuentas | 2020 |
|-----------------------------|-----------------|
| Activo Corriente | \$45.263.139,00 |
| (/) Pasivo Corriente | \$33.015.823,00 |
| Total | \$ 1,37 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 4.30 el ratio de índice corriente facilitó establecer la liquidez o el dinero en efectivo del cual dispone la empresa para el cumplimiento de sus obligaciones a corto plazo. En donde se procede a utilizar cada dólar del activo corriente para posterior a esto cubrir cada dólar del pasivo corriente. Dicho cálculo arrojó un valor de \$ 1,37 para el año 2020, analizando este resultado se puede decir que la empresa puede cubrir estas obligaciones a corto plazo.

- **Prueba ácida**

Tabla 4. 31 Prueba ácida.

| Cuentas | 2020 |
|-----------------------------|-----------------|
| Activo Corriente | \$45.263.139,00 |
| (-) Inventarios | \$ 4.558.784,00 |
| (/) Pasivo Corriente | \$33.015.823,00 |
| Total | \$ 1,23 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

A través de este indicador se determinó en la tabla 4.31. que por cada dólar del activo corriente restando los inventarios, se puede cubrir cada dólar del pasivo corriente, por lo tanto al aplicar la fórmula dio como resultado que para la año 2020 la empresa si tiene un valor positivo de \$ 1,23, donde puede atender a todas sus obligaciones corrientes sin la necesidad de vender o liquidar sus existencias o inventarios, sin embargo es importante resaltar que referente a Baena (2014) y como se muestra en la tabla 4.21, lo ideal sería que por cada dólar que la organización debe, se genere un dólar para cubrir deudas y obligaciones.

- **Prueba Súper Ácida (PSA)**

Tabla 4. 32 Prueba súper Ácida.

| Cuentas | 2020 |
|-------------------------------|-----------------|
| Caja y Bancos | \$ 2.400.550,00 |
| (+) Cuentas por Cobrar | \$11.367.648,00 |
| (/) Pasivo Corriente | \$33.015.823,00 |
| Total | \$ 0,42 |

Fuente: Autores de la investigación.

Mediante el ratio de prueba súper ácida reflejada en la Tabla 4.32 se pudo interpretar que la organización año 2020 refleja un valor de \$ 0,42, demostrando que ASISERVY S.A presenta problemas de liquidez de forma inmediata, por lo tanto no cuenta con dinero o efectivo suficiente para poder cubrir y mitigar sus obligaciones a corto plazo, convirtiéndose a la vez en un riesgo que puede ocasionar disolución en la misma.

- **Capital de trabajo neto**

Tabla 4. 33 Capital de trabajo neto

| Rubros | 2020 |
|-------------------------|------------------------|
| Activo Corriente | \$45.263.139,00 |
| (-) Pasivo Corriente | \$33.015.823,00 |
| Capital de trabajo Neto | \$12.247.316,00 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Por medio de este indicador detallado en la tabla 4.33., se logró identificar el monto de dinero que dispone la empresa posterior al pago de sus obligaciones a corto plazo, obteniendo un resultado positivo para el año 2020 con un valor de \$ 12. 247.316,00. Por medio de este resultado se determina que el capital de trabajo de la empresa es positivo, es decir, que la empresa cubre sus obligaciones corrientes en su totalidad.

Análisis de las razones de liquidez en relación a la estrategia competitiva financiera.

Tabla 4. 34 Nivel de competitividad de los ratios de liquidez.

| Ratio | Valor | Rango de cumplimiento | Nivel de competitividad |
|--------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------------|
| Razón o índice corriente | \$ 1,37 | USD 1-1,90 | Positivo |
| Prueba ácida | \$ 1,23 | USD 1-1,50 | Positivo |
| Prueba súper Ácida. | \$ 0,42 | USD 1-1,50 | Negativo |
| Capital de trabajo neto | \$12.247.316,00 | USD 0 > 1 | Positivo |

Fuente: Autores de la investigación

Según los datos mostrados en la tabla 4.34 se puede interpretar que si existe competitividad en liquidez dentro de la empresa pero no del todo, debido a que en el indicador de prueba súper ácida refleja que es un valor negativo, por lo tanto esto afecta directamente a su estrategia competitiva financiera, y además acarrea consecuencias que limitan la capacidad de pagos a ciertas deudas económicas y financieras, recomendando a los gerentes y parte administrativa revisar este aspecto, para que ejecuten acciones que le permita alcanzar esa ventaja competitiva en relación a la liquidez de la organización.

RAZONES DE SOLVENCIA, DE ADEUDAMIENTO O DE APALANCAMIENTO:

Permitieron calcular el porcentaje de con la que intervienen los acreedores dentro del financiamiento de ASISERVY S.A.

- **Nivel de endeudamiento**

Tabla 4. 35 Nivel de endeudamiento.

| CUENTAS | 2020 |
|------------------|-----------------|
| Pasivo Total | \$50.534.558,00 |
| (/) Activo Total | \$77.218.769,00 |
| Total | 0,65 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Mediante la aplicación del indicador de endeudamiento, tal como se refleja en tabla 4.35, se estableció el porcentaje de los activos de la empresa que les pertenecen a los proveedores y acreedores, que según Carchi et al. (2020) del 0 % al 50 % es lo normal o regular en una deuda, es así que al aplicar la fórmula, dio como resultado que ASISERVY mantiene un nivel de endeudamiento del 65 % para el año 2020, lo que refleja que este porcentaje presente un endeudamiento muy elevado y que no es factible para la empresa, por lo tanto se recomienda seguir reduciendo los niveles de deuda con los proveedores o acreedores y aumentar la participación de los mismo.

- **Solvencia**

Tabla 4. 36 Solvencia.

| CUENTAS | 2020 |
|----------------------|-----------------|
| Patrimonio | \$26.684.211,00 |
| (/) Total de Activos | \$77.218.769,00 |
| Total | 0,35 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

La aplicación de este indicador también conocido como índice de capital propio, permitió determinar el porcentaje de los activos que le pertenecen a los accionistas de ASISERVY S.A , que referente a Santiago y Gamboa (2017) del 50 % 0 63 % hacia arriba es lo normal y lo positiva en relación a la capacidad financiera que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones de pago , es por ello que al aplicar la fórmula dio un valor del 35 % para el año 2020, siendo este porcentaje negativo ya que no cumple con lo requerido, por lo tanto la

empresa no es tan solvente y por ende posee más un nivel alto de endeudamiento lo que hace que sea una desventaja competitiva dentro de su capacidad financiera.

- **Cobertura de interés**

Tabla 4. 37 Cobertura de interés.

| CUENTAS | 2020 |
|---|-----------------|
| Utilidad Antes de Impuestos e Intereses | \$ 210.102,00 |
| (/) Gastos Financieros | \$ 3.133.674,00 |
| Total | 0,07 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

En la tabla 4.37 muestra que este indicador se determinó que la organización tiene en el año 2020 una cobertura de interés de 0,07 centavos, es decir, no tiene una buena capacidad de pago en interés de obligaciones o deudas, tomando en cuenta que según Carchi et al. (2020) el estándar normal es de 1, por lo tanto la empresa como tal no puede cubrir los intereses de deudas, cosa que se debe tomar cartas en el asunto y establecer una estrategia de mejora que permitan superar el estándar recomendado.

- **Apalancamiento**

Tabla 4. 38 Apalancamiento.

| CUENTAS | 2020 |
|----------------|-----------------|
| Activo total | \$77.218.769,00 |
| (/) Patrimonio | \$26.684.211,00 |
| Total | 2,89 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Tal como se muestra en la tabla 4.38 expresa que por cada dólar del patrimonio, se ha obtenido \$2,89 en el año 2020, lo que indica que existe un adecuado nivel de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre los recursos de tercero. En términos generales es importante dar a conocer que una empresa con elevado apalancamiento, con un pequeño aumento podría significar una gran

revolución de ese patrimonio, mientras que, con una pequeña reducción del valor de activo se podría absorber casi todo el patrimonio.

- **Endeudamiento patrimonial**

Tabla 4. 39 Endeudamiento patrimonial.

| CUENTAS | 2020 |
|----------------|-----------------|
| Pasivo total | \$50.534.558,00 |
| (/) Patrimonio | \$26.684.211,00 |
| Total | 1,89 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Con este ratio se especificó en la tabla 4.39, que el grado de endeudamiento patrimonial para el año 2020 es de \$1,89, lo que indica que hay un compromiso del patrimonio para sus acreedores, por lo tanto se demuestra que los propietarios capitalizaron a la empresa con capital de terceros, a fin de cubrir con sus obligaciones a corto y largo plazo.

Análisis de las razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento en relación a la estrategia competitiva financiera.

Tabla 4. 40 Nivel de competitividad de los ratios de endeudamiento o solvencia.

| Ratio | Valor | Rango de cumplimiento | Nivel de competitividad |
|---------------------------|-------|-----------------------|-------------------------|
| Nivel de endeudamiento. | 65 % | = 0 < 50% | Negativo |
| Solvencia | 35% | = > 50 % | Negativo |
| Cobertura de interés | 0,07 | = 1 | Negativo |
| Apalancamiento. | 289% | = 0 > 1% | Positivo |
| Endeudamiento patrimonial | 189% | = 0 > 108% | Positivo |

Fuente: Autores de la investigación

Según lo expuesto en tabla 4.40, se puede interpretar que los ratios de endeudamiento o solvencia existe mayormente un nivel de cumplimiento negativo, por lo tanto esto refleja que la empresa tiene altos niveles de endeudamiento y posee alta tasas de interés que pagar, de la misma forma no posee solvencia, haciéndola poca competitiva ya que estos estándares deben ser altos y positivos, lo que se recomienda reducir los niveles de deudas y buscar medios de financiamientos que permitan obtener una rentabilidad positiva para

de esta manera cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo de manera instantánea.

Es importante destacar que para que una empresa sea competitiva debe ser solvente y tener niveles de deudas bajos, por eso al tener resultados negativos en estos estándares, afecta directamente a la ventaja o estrategia competitiva financiera de una determinada organización como lo es la empresa atunera incurriendo al deterioro de su imagen empresarial y a su posicionamiento en el mercado en el cual se dirige.

RAZONES DE EFICIENCIA, GESTIÓN O ACTIVIDAD: Estos ratios permitieron manifestar la eficiencia, eficacia y efectividad en las gestiones productivas de la empresa atunera.

- **Rotación de inventarios**

Tabla 4. 41 Rotación de inventarios.

| Cuentas | 2020 |
|---------------------|--------------------|
| Inventarios | \$ 4.558.784,00 |
| (/) Costo de Ventas | \$69.246.724,00 |
| (x) 360 días | 360 |
| Total | 23,70 días |
| Veces | |
| Costo de Ventas | \$69.246.724,00 |
| (/) Inventarios | \$ 4.558.784,00 |
| Total | 15,19 Veces |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

En la tabla 4.41 la organización en el año 2020 tuvo una rotación de 23.70 días equivalente a 15.19 veces en el año, lo que significa que tiene una rotación de inventario eficiente siendo positivo para la empresa, superando a los parámetros establecidos por diversos autores que es de 6 veces en el año, sin embargo es importante destacar que se debe seguir mejorando las estrategias de ventas para que las existencias puedan ser vendidas con más rapidez y no tener ese defecto comparado con el año 2019.

- **Rotación de cartera o cuentas por cobrar:**

Tabla 4. 42 Rotación de cuentas por cobrar.

| CUENTAS | | 2020 |
|---------------------------------------|----|-------------------|
| Cuentas por Cobrar | \$ | 11.367.648,00 |
| (/l) Ventas Netas | \$ | 76.080.588,00 |
| (x) 360 días | | 360 |
| Total | | 53,79 días |
| Rotación de cuentas por cobrar | | |
| Ventas Netas | \$ | 76.080.588,00 |
| (/l) Cuentas por Cobrar | \$ | 11.367.648,00 |
| Total | | 6,69 veces |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

En el año 2020 de acuerdo a los datos obtenidos de la tabla 4.42 la rotación de cuentas por cobrar por ASISERVY S.A fue de 6,69 veces equivalente a 53,79 días, lo que demuestra que la empresa como tal maneja eficientemente su cartera de cobros pendientes, que referente a Carchi et al. (2020) normalmente las entidades empresariales realizan y cobran sus créditos entre 30 a 60 días de plazos. Por lo tanto la organización no tiene inconvenientes ni problemas con el manejo de la cartera.

- **Rotación de Activos Fijo**

Tabla 4. 43 Rotación de Activos fijos.

| CUENTAS | | 2020 |
|---------------------------|----|---------------|
| Ventas | \$ | 76.080.588,00 |
| (/l) Activo Fijo Tangible | \$ | 31.955.630,00 |
| Total | | 2,38 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Por intermedio de este indicador se pudo evidenciar en la tabla 4.43 que en el año 2020 la empresa atunera ha utilizado los activos fijos 2,38 veces para generar rentabilidad y ganancias, lo que demuestra que la empresa mantiene eficientemente el manejo de sus activos tangibles ya que estos como tal rotan más de dos veces por año, pero a la vez las ganancias se ven disminuida ya que requiere un mayor uso de sus recursos para poder mantenerlos.

- **Rotación de ventas**

Tabla 4. 44 Rotación de ventas.

| CUENTAS | 2020 | |
|------------------|------|---------------|
| Ventas | \$ | 76.080.588,00 |
| (/) Activo total | \$ | 77.218.769,00 |
| Total | | 0,99 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

La información de la tabla 4.44 demuestra que la organización está colocando entre sus consumidores o clientes, en el año 2020 un valor de 0,99 siendo un poco negativo, lo que refleja un decrecimiento en la rotación de sus activos en ventas, es por ello que se resalta el uso correcto de sus recursos, ya que mientras mayor sea el volumen de ventas en una determinada inversión más eficiente va a ser la dirección del negocio atunero.

Análisis de las razones de eficiencia, gestión o actividad en relación a la estrategia competitiva financiera.

Tabla 4. 45 Nivel de competitividad de los ratios de eficiencia, gestión o actividad.

| Ratio | Valor | Rango de cumplimiento | Nivel de competitividad |
|---|--------------------|-----------------------|-------------------------|
| Rotación de inventarios. | 15,19 Veces al año | = 6 a 12 veces al año | Positivo |
| Rotación de carteras o cuentas por cobrar | 6,69 veces al año | = 6 a 12 veces al año | Positivo |
| Rotación de Activos fijos | 2,38 veces al año | = 6 a 12 veces al año | Negativo |
| Rotación de ventas | 0,99 veces al año | = 6 a 12 veces al año | Negativo |

Fuente: Autores de la investigación.

Según los datos que se muestran en la tabla 4.45, se comprende que el nivel de competitividad en las ratios de eficiencia, gestión o actividad, dentro de la empresa no es del todo positiva ya que existen valores negativos dentro de ella, tales como la rotación de activo fijo y la rotación de las ventas por lo que afecta al funcionamiento y productividad de la empresa. No obstante, estaría siendo poco competitiva debido a que para alcanzar una excelente ventaja competitiva es necesario tomar a la productividad como parte de esta. En lo que se recomienda trabajar de manera constante, analizar el índice de los activos y buscar las medidas necesarias a fin de mejorar el índice de rotación de activo y de sus ventas.

RAZONES DE RENDIMIENTO O DE RENTABILIDAD: A través de estos indicadores se pudo demostrar que ASISERVY S.A ha generado ganancias positivas y que le han permitido hacer frente a sus gastos y obligaciones, cooperando con beneficios económicos al sector atunero y a la vez aportar positivamente al desarrollo y crecimiento del PIB en el país.

- **Beneficio bruto sobre ventas (ROS)**

Tabla 4. 46 Beneficio bruto sobre ventas (ROS).

| CUENTAS | | 2020 |
|----------------|----|---------------|
| Utilidad bruta | \$ | 7.404.961,00 |
| (/) Ventas | \$ | 76.080.588,00 |
| Total | | 0,10 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

En relación a la tabla 4.46, se estableció el porcentaje de rentabilidad que poseen las ventas luego de derivar sus costos de ventas, teniendo como resultado que en el año 2020 genera el 10% esto quiere decir que en este último periodo el porcentaje bruto fue positivo y eficiente.

- **Rentabilidad neta del patrimonio (ROE)**

Tabla 4. 47 Rentabilidad neta del patrimonio (ROE).

| CUENTAS | | 2020 |
|----------------|----|---------------|
| Utilidad neta | \$ | 91.105,00 |
| (/) Patrimonio | \$ | 26.684.211,00 |
| Total | | 0,00 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

La tabla 4.47 muestra que la capacidad que tiene la empresa para adquirir los beneficios netos. Mediante la cual se dio como resultado que para el año 2020 genera un porcentaje de 0% lo que indica que la rentabilidad neta financiera se denota en cero siendo un valor poco favorable para la organización.

- **Rentabilidad del Activo de Operación (ROA)**

Tabla 4. 48 Rentabilidad del activo de operación (ROA).

| CUENTAS | | 2020 |
|------------------|----|---------------|
| Utilidad neta | \$ | 91.105,00 |
| (/) Activo total | \$ | 77.218.769,00 |
| Total | | 0,00 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 4.48 mediante este indicador para el año 2020 fue del 0% lo que demuestra que la empresa obtiene solo una rentabilidad para poder cubrir sus operaciones y no genera ganancia para sus socios o accionistas.

- **Rentabilidad neta del activo (Du Pont)**

Tabla 4. 49 Rentabilidad neta del activo (Du Pont).

| CUENTAS | | 2020 |
|------------------|----|---------------|
| Utilidad Neta | \$ | 91.105,00 |
| (/) Ventas | \$ | 76.080.588,00 |
| (*) Ventas | \$ | 76.080.588,00 |
| (/) Activo total | \$ | 77.218.769,00 |
| Total | | 0,00 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Referente a este indicador se pudo interpretar que la capacidad del activo para generar utilidades, independiente de la forma en la que haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio, en el año 2020 fue de 0% (como se muestra en la tabla 4.49). Lo que significa que no se pudo medir la validez de la administración de la empresa para el control de los costos y gastos y por ende transformar las ventas en utilidades. Por otro lado, esto sirvió para la identificación de las áreas que son responsables del rendimiento de la rentabilidad del activo.

- **Margen bruto**

Tabla 4. 50 Margen bruto.

| CUENTAS | | 2020 |
|---------------------|----|---------------|
| Ventas Netas | \$ | 76.080.588,00 |
| (-) Costo de Ventas | \$ | 69.246.724,00 |
| (/) Ventas | \$ | 76.080.588,00 |
| Total | \$ | 0,09 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

En este indicador se obtuvo que para el año 2020 el margen bruto fue de 0,09 equivalente al 9%, lo que demuestra es un valor positivo, sin embargo es recomendable seguir creando nuevas estrategias de ventas y reducir ciertos costos innecesarios para que esta forma en los próximos periodos este porcentaje sea alto y rentable para la empresa.

- **Beneficio neto sobre ventas (margen neto)**

Tabla 4. 51 Beneficio neto sobre ventas.

| CUENTAS | | 2020 |
|---------------|----|---------------|
| Utilidad neta | \$ | 91.105,00 |
| (/) Ventas | \$ | 76.080.588,00 |
| Total | | 0,00 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

A través de este indicador se evidenció el porcentaje de rentabilidad que la empresa produce al momento de la ejecución de sus ventas, la aplicación de dicho indicador dio como resultado para el año 2020 el 0% de rentabilidad, lo que refleja que este valor en cero es normal pero que no es positivo para la empresa, por lo que se necesita implementar medidas de negocio que le permita generar mayores ingresos.

- **Margen operacional**

Tabla 4. 52 Margen operacional.

| CUENTAS | | 2020 |
|----------------------|----|---------------|
| Utilidad operacional | \$ | 210.102,00 |
| (/) Ventas | \$ | 76.080.588,00 |
| Total | | 0,00 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Mediante este indicador se determinó que por cada dólar que se consiguió de las ventas netas, se generó un margen de utilidad operacional del 0% para el año 2020 este porcentaje se da después de haber cubierto cada uno de los costos y gastos administrativos y operacionales generados en los productos

atuneros que vende la empresa, de esta manera se demuestra que ASISERY S.A no maneja de forma eficiente sus recursos ya que los medios financiados no le generan mayor rentabilidad.

- **Rentabilidad operacional del patrimonio**

Tabla 4. 53 Rentabilidad operacional del patrimonio.

| CUENTAS | 2020 | |
|----------------------|------|---------------|
| Utilidad operacional | \$ | 210.102,00 |
| (/) Patrimonio | \$ | 26.684.211,00 |
| Total | | 0,01 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

A través de este indicador se estableció que por cada dólar invertido en la organización por parte de los accionistas y socios, se obtuvo una rentabilidad operacional del patrimonio del 1 % para el año 2020, lo que demuestra que la rentabilidad obtenida es un poco adecuada, la razón es porque se generó una renta con un porcentaje superior a lo invertido.

- **Crecimiento de ventas**

Tabla 4. 54 Crecimiento de ventas.

| CUENTAS | AÑO | Valor | |
|----------------------------------|------|-------|---------------|
| ventas periodo actual | 2020 | \$ | 76.080.588,00 |
| (/) ventas neta periodo anterior | 2019 | \$ | 81.390.573,00 |
| Total | | | 0,93 |

Fuente: Autores de la investigación.

Interpretación:

Se puede interpretar que este indicador permitió medir la diferencia de las ventas en los últimos periodos, en donde se obtiene un 93 % de crecimiento de ventas en el 2019 y 2020, siendo un valor positivo y eficiente para ASISERVY S.A.

Análisis de las razones de rendimiento o rentabilidad en relación a la estrategia competitiva financiera.

Tabla 4. 55 Nivel de competitividad de los ratios de rentabilidad.

| Ratio | Valor | Rango de cumplimiento | Nivel de competitividad |
|-------------------------------------|-------|-----------------------|-------------------------|
| Beneficio bruto sobre ventas (ROS). | 10% | > 1% | Positivo |

| | | | |
|---|-----|---------|----------|
| Rentabilidad neta del patrimonio (ROE). | 0% | > 1% | Negativo |
| Rentabilidad del activo de operación (ROA). | 0% | > 1% | Negativo |
| Rentabilidad neta del activo (Du Pont) | 0% | > 1% | Negativo |
| Margen bruto | 9% | 1 a 30% | Positivo |
| Beneficio neto sobre ventas (Margen neto) | 0% | > 1% | Negativo |
| Margen operacional | 0% | > 1% | Negativo |
| Rentabilidad operacional del patrimonio | 1% | > 1% | Positivo |
| Crecimiento de ventas | 93% | > 1% | Positivo |

Fuente: Autores de la investigación

Referente a los ratios de rentabilidad tal como se muestra en la tabla 4.55, existe un bajo nivel de competitividad en la rentabilidad puesto que según los datos arrojados esta presenta valores negativos tales como el ROE, ROA, Du Pont, margen neto y margen operacional, lo que implica consecuencias que pueden llevar a la deserción empresarial. Es por ello que se recomienda estudiar a fondo la situación financiera en la que se encuentra la empresa y evaluar la calidad con la que se lleva a cabo la gestión administrativa de la misma con el propósito de mejorar su nivel de rentabilidad.

Además, al no tener una rentabilidad alta y positiva afecta directamente a la estrategia competitiva financiera de la empresa atunera, debido a que no contaría con fondos suficientes para invertir en nuevos negocios, producciones, ampliar su cartera de inversiones e implementar nuevas tecnologías adaptadas a la industria 4.0, que les permitan de esta manera fomentar su desarrollo productivo y comercial, para estar en constante innovación empresarial y con ello alcanzar esa ventaja competitiva que se requiere para perdurar en el tiempo.

4.3. FASE 3.- Proponer un plan de acción de la RSE que contribuya al desarrollo de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A.

4.3.1. Actividad 1. Determinación de las deficiencias asociadas a la RSE y Estrategia competitiva financiera

Posterior a la obtención de resultados en la medición de las variables de estudio, en la tabla 4.56 y 4.58, se especifican los criterios a tomar en cuenta para seleccionar las preguntas (ítems) que afectan a los indicadores en la RSE y los ratios negativos en la estrategia competitiva financiera y con ello priorizarlas

para la elaboración del diagrama de Ishikawa y el plan de acción que presentan un nivel no excelente y ni positivo.

A continuación se presentan los criterios a tomar en cuenta en la RSE:

Tabla 4. 56 Criterios a considerar para determinar las preguntas que afectan a la excelencia de la variable de RSE.

| Puntajes en % | Interpretación |
|---------------|----------------|
| 41-60 | Regular |
| 21-40 | Malo |
| 1-20 | Deficiente |

Fuente: Elaborado a partir de Aguilar (2014) como se citó en Delgado y Saltos (2018)

Como se puede observar en la tabla 4.56, estos criterios fueron tomados desde la escala menor al 60% propuesta por Aguilar (2014) como se citó en Delgado y Saltos (2018), puesto que, todos los indicadores anteriores han cumplido con un nivel de excelencia y muy buena superior al 61 %, por lo tanto, se presentan las falencias encontradas para la variable de RSE.

Tabla 4. 57 Dimensiones de la RSE con falencias de cumplimiento.

| Dimensión | Indicador | Preguntas | Descripción | Valor |
|---|---------------------------------------|-----------|--|-------|
| RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL | | | | |
| Dimensión económica | Competencia desleal | P13 | La empresa tiene políticas o prácticas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | 55% |
| | | P14 | Dentro de la empresa son adecuada la política sobre competencia desleal referente a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, fiscalización de productos. | 55% |
| Dimensión ambiental | Educación y concientización ambiental | P32 | La empresa cuenta con un programa continuo de educación y concientización ambiental, buscando el mayor compromiso y concientización del público interno | 53% |
| Dimensión social | Comunidad | P44 | La empresa realiza campañas o proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad | 47% |

Fuente: Autores de la investigación.

Así mismo se plantean los criterios a tomar en cuenta para determinar las falencias en la estrategia competitiva financiera:

Tabla 4. 58 Criterios a considerar para determinar las preguntas que afectan a la excelencia de la variable de estrategia competitiva financiera.

| Razón | Semáforo |
|---|-----------------|
| Ratios de liquidez | Negativo |
| Ratios de endeudamiento o solvencia | |
| ratios de eficiencia, gestión o actividad | |
| Ratios de rentabilidad | |

Fuente: Elaborado a partir de Santiago y Gamboa (2017); Rivas y Montero (2020); Carchi et al. (2020); Baena (2014).

De esta manera, según la tabla 4.58, estos criterios fueron tomados en consideración desde la perspectiva económica-financiera debido a que, todo indicador debe reflejar un nivel de cumplimiento positivo, caso contrario esto afectará directamente a su ventaja competitiva, por lo tanto se presentan las falencias encontradas para la variable de estrategia competitiva financiera:

Tabla 4. 59 Variables de la estrategia competitiva financiera con falencias de cumplimiento.

| Variable | Ratio | Valor |
|--|---|----------|
| Estrategia competitiva financiera | | |
| Razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento | Nivel de endeudamiento | |
| | Solvencia | Negativo |
| Razones de eficiencia, gestión o actividad | Cobertura de interés | |
| | Rotación de Activos fijos | |
| Razones de rendimiento o rentabilidad | Rotación de ventas | Negativo |
| | Rentabilidad neta del patrimonio (ROE). | |
| | Rentabilidad del activo de operación (ROA). | Negativo |
| | Rentabilidad neta del activo (Du Pont) | |
| | Beneficio neto sobre ventas (Margen neto) | |
| | Margen operacional | |

Fuente: Autores de la investigación.

4.3.2. Actividad 2. Diseño del diagrama de Ishikawa

Una vez determinadas las falencias encontradas en las variables de estudio, se procede al diseño del diagrama de Ishikawa (Causa-efecto), utilizando la metodología propuesta por Zapata et al. (2006) como se cito en Burgasí et al., (2021) donde señala que se debe identificar las causas principales y ubicarlos como huesos primarios, luego de esto se determinan las causas secundarias llamadas huesos pequeños que se desprenden de los primarios todo esto sosteniéndose de la columna vertebral que parte del efecto o problema que enfoca a cada uno de los anteriores de manera completa.

Por lo tanto a traves de esta metodología se pudo especificar las causas y consecuencias de su nivel de cumplimiento negativo bajo 6 categorías (6M), y con ello proponer un plan de acción que permita mitigar los riesgos y falencias emitidas. A continuación se presenta lo mencionado:

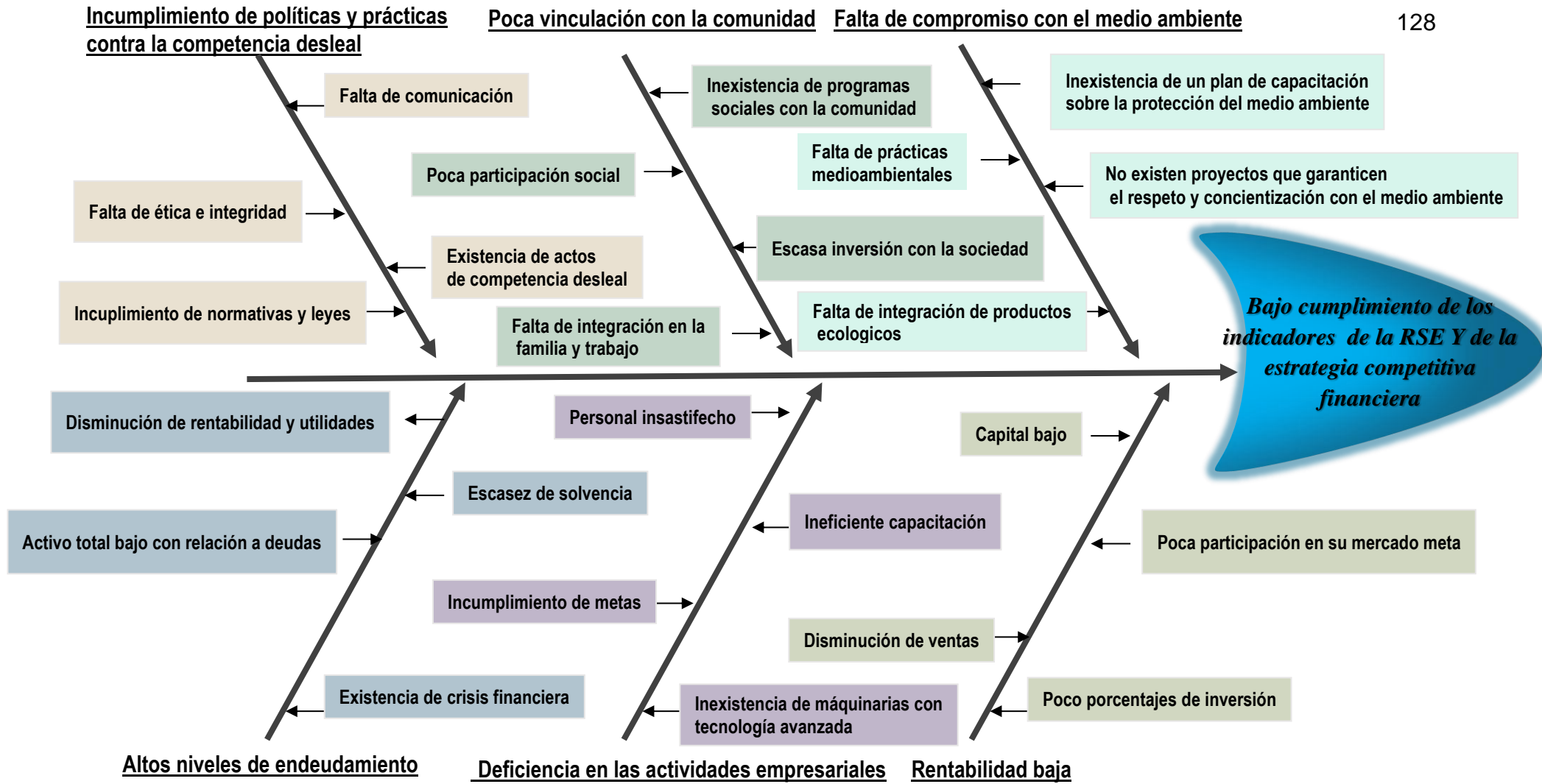


Figura 4. 2 Diagrama de Ishikawa de ASISERVY S.A.

Fuente: Autores de la investigación.

4.3.3. Actividad 3. Presentación de la propuesta del plan de acción mediante la técnica 5W+1H.

Tomado como referencia las causas y efectos se propone el siguiente plan de acción con la finalidad de mitigar los aspectos negativos que afectan directamente a la RSE y estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A.

Tabla 4. 60 Matriz de plan de acción para el cumplimiento de las dimensiones de las RSE y de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A.

| Dimensiones | | Problema | Estrategia | Por qué (Objetivo) Why | Qué (Actividades) What | Cómo How | Quién Who | Cuándo When | Dónde Where | Indicador de cumplimiento | Medios de verificación |
|------------------------------------|-----------|---|---|---|--|---|---------------------|-------------|---------------|---|--|
| Responsabilidad social empresarial | Económica | Incumplimiento de políticas y prácticas contra la competencia desleal | Implementar un plan de capacitación al personal de la empresa contra la competencia desleal | Mejorar la transparencia e integridad de la empresa evitando casos desleales. | Establecer directrices para el buen manejo de las políticas económicas de la empresa | Realizar capacitaciones al personal de la empresa en torno a dichas políticas | Gerente y empleados | Semestral | ASISERVY S. A | Σ actividades de capacitación ejecutadas) / (Σ actividades de capacitación planificada) *100 | Informe económico y de capacitaciones ejecutadas |
| | | | | | | Realizar seminarios, talleres, orientados a las prácticas contra la competencia desleal | Talento humano | Trimestral | | (Σ trabajadores asistentes a seminarios) / (Σ trabajadores convocados a seminarios) *100 | Registro de asistencia a seminarios |

| | | | | | | | | | | | |
|--|--|--------------------------------|--|--|--|--|----------------|---------|---------------|---|--|
| Estrategia competitiva financiera | Razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento | Altos niveles de endeudamiento | Ejecutar un plan de financiación para ganar efectivo controlando los plazos de pago y cobros | Reducir los niveles de endeudamiento que permitan obtener una alta solvencia | Reestructurar deudas que minimicen el costo promedio de financiamiento | Realizar convenios con los socios de la empresa | Gerencia | Anual | ASISERVY S. A | $(\text{Deudas/pasivos}) \times 100$ | Plan de administración de deudas |
| | Razones de eficiencia, gestión o actividad | Baja productividad | Desarrollar un plan de mejoramiento para incrementar la productividad y eficiencia de la empresa | Mejorar los niveles de eficiencia laboral que contribuyan al desarrollo productivo en su mercado meta | Implementar un plan de motivación a los empleados | Realizar Reconocimientos y bonificaciones extras por el buen desempeño laboral | Talento Humano | Mensual | ASISERVY S. A | $(\text{Ingresos totales/número de empleados}) \times 100$ | Certificaciones por el desempeño laboral a los empleados |
| | Razones de rendimiento o rentabilidad | Rentabilidad baja | Implementar un plan estratégico de ventas para ganar rentabilidad a largo plazo | Aumentar la rentabilidad que permitan obtener capital y utilidades que beneficien a sus socios y accionistas | Crear alianzas estratégicas con empresas competitivas del sector | Realizar un convenio con empresas que permitan ingresar a mercados a través de una cadena al detalle | Gerencia | Anual | ASISERVY S. A | $(\text{Ventas periodo actual} - \text{ventas periodo anterior}) / \text{ventas periodo anterior} \times 100$ | Informe de participación en los mercados metas |

Fuente: Autores de la investigación.

DISCUSIÓN

OBJETIVO 1:

Referente a los resultados obtenidos en el presente estudio, se pudo determinar que la aplicación de los indicadores de RSE bajo la metodología del GRI, contribuyen radicalmente a las industrias y empresas que se dedican a la elaboración y fabricación de productos de consumo masivo, a medir su sostenibilidad y compromiso social, ambiental y económica con sus partes interesadas, tal caso lo afirma Ayala (2017) que la metodología GRI es la guía para la elaboración de memorias sostenibles, donde se establecen los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social a todos sus grupos de interés, por lo tanto, bajo este enfoque fue necesario aplicar esta metodología dentro de ASISERVY S,A empleando indicadores como desempeño económico, transparencia, competencia desleal, agua , energía, empleo, comunidad, entre otros, debido a que, esto permitiría reflejar el verdadero grado de cumplimiento en esta variable de estudio.

Bajo este indicio, tambien fue necesario emplear la relación que tiene la RSE empresarial con la estrategia competitiva financiera, que según Lazovska (2018) menciona que además de demostrar que tu empresa está comprometida con la sustentabilidad, la responsabilidad social empresarial (RSE) también te puede ayudar a obtener una ventaja competitiva a través de la parte financiera y medirla con ratios económicos-financieros, en vista de que, la transparencia de los resultados hace que sea relativamente más fácil medir la relación entre la RSE y el desempeño financiero; para ello se empleó la metodología propuesta por Santiago y Gamboa (2017) el cual se enfoca en medir la estrategia competitiva financiera bajo las razones de liquidez, endeudamiento, actividad y rentabilidad, así mismo para Padilla-Lozano et al. (2018) y Padilla et al. (2017) como se citó en Tapia et al (2021) indican que se debe medir a la RSE en tres dimensiones: social, económica y ambiental, y al desempeño financiero según el grado de rentabilidad sobre activos, patrimonio y ventas.

OBJETIVO 2:

En cuanto al cumplimiento de la RSE la empresa ASISERVY S.A mantiene un alto desempeño en las dimensiones social, económica y ambiental, lo que demuestra un compromiso latente con cada una de sus partes interesadas, es decir la aplicación de la encuesta a los jefes departamentales reflejaron un nivel cumplimiento excelente superior al 80 % en casi todo los indicadores, sin embargo, se comprende cumplimiento regular respecto a la competencia desleal, comunidad y educación y concientización ambiental, temas que se debe tomar en consideración por parte de los directivos generales, contrastando a los anterior, tras un análisis más minucioso se comprende que la industria maneja una gestión exitosas y que debe cumplir con las metas establecida, conllevándolas a un enfoque totalmente sostenibles, por lo tanto para Ramos (2021) una excelente RSE es importante para proyectar un modelo de valor agregado y así la empresa tenga una mejor perspectiva en su entorno y poder brindar un buen patrón para la sociedad, de la misma manera, esta idea se la sustenta con Suárez y Burgos (2018) donde hace referencia a que una excelente gestión de la responsabilidad social empresarial (RSE) se puede convertir en una de las mejores estrategia que genera competitividad y beneficios para los accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, la comunidad en general, así como para el medio en donde se desenvuelve la empresa.

En lo que respecta a la estrategia competitiva financiera se tomó en consideración lo propuesto por Santiago y Gamboa (2017) el cual su enfoque radica en la medición de ratios financieros en relación a los aspecto de liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad, y los resultados obtenidos de estos, deben dar un aporte total a su competitividad empresarial, por ello se evaluaron estos cuatro grupos fundamentales expuestos por el autor mencionado, que tras la aplicación de estos indicadores para el período 2020 reflejaron una situación no tan aceptable puesto que según los cálculos existen un alto grado de endeudamiento, poca solvencia y liquidez para cubrir sus obligaciones de forma inmediata, baja rotación de ventas y de activos fijos, y disminución de rentabilidad, referente a Rodríguez (2017) describe que se debe buscar medir la relación entre cuentas del estado de resultados y el balance general, y que los

rubros más ideales son de tipo liquidez, rentabilidad , solvencia/apalancamiento y de eficiencia operativa, tras la aplicación de los mismo van a aportar de manera paulatina sobre las acciones necesarias que debe emplear la alta dirección y que ellos tomen las mejores decisiones basadas en la rentabilidad del negocio y determinar el futuro de sus inversiones.

OBJETIVO 3:

Consecuentemente la identificación de falencias o causas es de vital importancia para la propuesta de mejoras, debido a que sus directivos pueden aplicarlos dentro de su empresa, por lo tanto referente a Garzón et al., (2020) el plan de acción es una herramienta que facilita, coordina y dirige cada uno de los recursos y actividades en un tiempo establecido con el propósito de garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos para el plan de acción de la empresa. Por ello se destacan los principales problemas encontrados en la medición de la RSE y estrategia competitiva financiera dentro de un plan de acción con la finalidad de plasmar medidas que permitan lograr metas y objetivos que contribuyan a resolver los riesgos evidenciados en el estudio aplicado a la empresa ASISERVY S.A.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

A continuación, se muestran las conclusiones de la investigación realizada en la empresa ASISERVY S.A

- A través de la revisión bibliográfica y aplicación de indicadores bajo la metodología GRI se pudo medir y evidenciar como la RSE en base a las dimensiones económica, social y ambiental, aporta totalmente a la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A, demostrando una relación directa con estas variables de estudio, además de la importancia de aplicar ratios financieros con la finalidad de conocer la situación actual de la empresa, lo que aseguraría a los directivos llevar un control y mejorar sus aspectos negativos que favorecieran al cumplimiento optimo requeridos para alcanzar la ventaja competitiva que es vital para perdurar dentro de su mercado meta..
- Se determinó el nivel de cumplimiento de las variables de estudio, por medio de los instrumentos de recolección de datos, que de acuerdo a su aplicación se pudo evidenciar que el estado actual de ASISERVY S.A refleja dos aspectos importantes, primero que la RSE de la industria en general aporta totalmente a la estrategia competitiva financiera puesto que la empresa invierte totalmente en tecnologías y maquinaria con la finalidad que optimice sus procesos y a la vez reducir sus impactos como aspectos ambientales, debido que cuando se optimizan los procesos de producción de bien o servicios, el inventario puede rotar con más facilidad y el flujo de efectivo es decir su rentabilidad de la empresa incrementa, en segunda instancias, los ratios financieros detallan la situación actual de la empresa en un determinado periodo, por ello tras su aplicación se pueden demostrar que existen falencias como alto grado de endeudamiento, poca solvencia y liquidez, baja productividad y rentabilidad, haciendo que su ventaja y estrategia competitiva se vea afectada de forma directa en relación a su participación de mercado meta,

inversiones a largo plazo, posicionamiento de la marca, buena imagen empresarial y finalmente a su buena credibilidad financiera- económica.

- Respecto a las falencias encontradas dentro de ASISERVY S.A se pudo especificar en el diagrama de Ishikawa, que la mayoría de problemas radican en los ratios financieros pero este se debe la consecuencias de la pandemia, a la vez existe un pequeño aspecto que si no se toma en consideración la competencia desleal (P13), a largo plazo este puede disminuir su grado de cumplimiento óptimo , por lo tanto tras la propuesta del plan de acción reflejados en la matriz 5W+1H va dirigido a los directivos de la industria atunera para que alcancen los más altos estándares de excelencia y optimización puesto que este, se fundamenta en realizar actividades relacionadas al bien común de sus partes interesadas, permitiendo tener una balanza entre la eficiencia y eficacia de la productividad de sus acciones, con el objetivo de mejorar la rentabilidad y poder ser una empresa líder en el mercado de atún en el Ecuador.
- Mediante el análisis de los datos encontrados en la variables de estudio se puede confirmar la hipótesis planteada “Con la evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva financiera contribuirá a la situación actual ASISERVY S.A en la ciudad de Jaramijó” puesto que la aplicación de los estándares de GRI (Global Reporting Initiative) permite tener una mejor optimización de resultados a la hora de elaborar informes sostenibles y que la aplicación de ratios económicos-financieros favorece conocer la situación actual en estos dos ámbito y con ello alcanzar la ventaja competitiva a largo plazo.

5.2. RECOMENDACIONES

De la misma manera se presentan las recomendaciones planteadas por los autores de la investigación.

- Aplicar los indicadores de RSE bajo la metodología GRI (Global Reporting Initiative) a la hora de elaborar informes sostenibles, y medir su aporte total a la estrategia competitiva financiera, para poder aprovechar sus beneficios y poder reducir los impactos negativos en el tiempo oportuno.

- Fortalecer la RSE en su dimensión económica, en relación a la competencia desleal (P13), estableciendo estrategias que involucren mejorar este aspecto, que es parte fundamental para su crecimiento e integridad empresarial de ASISERVY S.A., y medir constantemente sus resultados económico financieros, para monitorear los ratios negativos que afectan a su situación actual y por ende a su ventaja competitiva.
- Poner en práctica el plan de acción planteado a través de la matriz 5w+1h, el cual tiene desarrollado de forma esquematizada y sintética las estrategias, acciones y aquellas actividades que deben emplearse dentro de la empresa atunera, con la finalidad de poder mitigar las causas y riesgos que repercuten de forma negativa al compromiso empresarial en relación a los aspectos social, económico y ambiental, y por ende a la ventaja competitiva de la organización.
- Desarrollar estudios basados en la hipótesis planteada en esta investigación debido a que esto permite conocer la situación actual de la empresa y así obtener mejores beneficios empresariales para sus parte interesadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Accion Opportunity Fund. (2021). *Estados Financieros Basicos con Ejemplos para Pequeños Negocios*. Accion Opportunity Fund. <https://aofund.org/es/resource/estados-financieros/>
- Aciar, D. (2019). *Análisis de indicadores de Responsabilidad Social Empresarial como instrumento de gestión en Argentina*. [Trabajo Final de Grado, Universidad Siglo 21]. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/17314>
- Acosta, M., Lovato, S., y Buñay, J. (2018). La Responsabilidad Social Corporativa y su rol en las Empresas Ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <http://revistas.unilasallista.edu.co/index.php/rldi/article/view/1820>
- Acuña, E. (2018). *Incidencia del Sistema de Deduciones en la Liquidez de la Empresa Constructora e Inmobiliaria RABI S.A.C Chota – 2017*. [Tesis, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/25274>
- Aghemo, S. (2021). *La Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para optimizar empresas agropecuarias en Córdoba*. [Trabajo Final de Grado, Universidad Siglo 21]. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/23484>
- Alfaro, J., y Pina, M. (2018). *Empresa y Administración*. España : McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- Alfaro, L. (2021). *Primera aproximación a un Cuadro de Mando Integral de RSE para una Pyme agropecuaria*. [Trabajo Final de Grado, Universidad Siglo 21]. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/24180>
- Almeida, E., y Andrade, K. (2022). *Evaluación de la RSE y su contribución a la situación económica del hotel Ceibo Real de la ciudad de Portoviejo*.

[Tesis, ESPAM MFL].
<https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/handle/42000/1842>

Alvarez, E., Paladines, L., Montero, C., y Arce, M. (2021). Aplicación de la responsabilidad social empresarial en las empresas ecuatorianas en la última década. *Centro Sur*, 4(2), 190–204.
<https://doi.org/10.37955/cs.v4i2.77>

Amézquita, J., y Arredondo, F. (2019). Transparencia y rendición de cuentas: Bases para un modelo de empresa cimentado en la confianza. *Boletín de Estudios Económicos*, 74(228), 517-538.
<https://www.proquest.com/openview/2e9f9759a9bdda6a4d353e8863c4d154/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1536340>

Arebalo, J., Tapia, E., Armijos, J., y Fernández, G. (2021). Responsabilidad social empresarial y rentabilidad financiera en el sector hotelero de Cuenca - Ecuador. *Estudios de Administración*, 28(2), 131-145.
<https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.64690>

Armijos, J. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial. Una Óptica desde los Stakeholders. *Revista Economía y Política*(26), 103-128.
<https://doi.org/10.25097/rep.n26.2017.04>

Armijos, J. (2017). La responsabilidad social empresarial. Una óptica desde los stakeholders. *Revista Economía Y Política*(26), 103-128.
<https://doi.org/10.25097/rep.n26.2017.04>

ASISERVY S.A. (2022). *Razon social, Fundación, historia y aspectos importantes de la empresa ASISERVY S.A.* <https://asiservy.com/>

Ávila, A., y Cedeño, M. (2020). Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 730-742.
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1312>

Ayala, J. (2017). *Evaluación de la sostenibilidad corporativa de una empresa del sector hidrocarburos mediante la metodología de la guía para la*

- elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), versión G4.* [Tesis; Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/6598>
- Baena, D. (2014). *Análisis Financiero: Enfoque y proyecciones.* Bogotá: Ecoe Ediciones. https://books.google.com.ec/books?id=yOJDEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación: Serie integral por competencias.* México. Grupo Editorial Patria. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Barcía, A. (2017). *El sector atunero y su importancia en las exportaciones del Ecuador período 2012-2016.* [Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/22555>
- Barreto, N. (2020). Análisis financiero: factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Universidad Y Sociedad*, 12(3), 129-134. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1567>
- Botella, J., y Zamora, Á. (2017). El meta-análisis: Una metodología para la investigación en educación. *Educación XX1*, 20(2), 17-38. <https://doi.org/10.5944/educxx1.19030>
- Burgasí, D., Cobo, Diana, Pérez, Karen, Pilacuan, R., y Rocha, M. (2021). El Diagrama De Ishikawa Como Herramienta De Calidad En La Educación: Una Revisión De Los Últimos 7 Años. *TAMBARA*(84), 1212-1230. http://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/DIAGRAMA-ISHIKAWA_FINAL-PDF.pdf
- Caldera, W., y Barrios, A. (2019). *Responsabilidad social empresarial en las cooperativas multiactivas de Barranquilla.* [Trabajo de grado, Universidad de la Costa]. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/5702>

- Cañizares, J. (2019). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas: ¿Qué tanto se cumplen las buenas prácticas? *Aibi revista investig. adm. ing.*, 8(1), 107-115. <https://doi.org/10.15649/2346030X.700>
- Carchi, K., Crespo, M., González, S., y Romero, E. (2020). Índices financieros, la clave de la finanza administrativa aplicada a una empresa manufacturera. *Innova Research Journal*, 5(2), 26-50. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1193>
- Carhuancho, I., y Nolazco, F. (2019). *Metodología de la investigación holística*. Guayaquil: Universidad Internacional del Ecuador. <http://docplayer.es/184302088-Metodologia-para-la-investigacion-holistica.html>
- Castañón, R. (2019). *La política industrial como eje conductor de la competitividad en las PyME*. México. Fondo de Cultura Económica. https://books.google.com.ec/books?id=nn2GDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Castro, A. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial Y La Competitividad En Las Organizaciones Empresariales. *Revista Innova ITFIP*, 1(1), 78-89. <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/16>
- Cedeño, P. (2020). El procedimiento contable como herramienta de proyección de las finanzas empresariales. *Dominio de las Ciencias*, 6(4), 926-939. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1511/0>
- Cevallos, E. (2021). *Evaluación de las prácticas eco-amigables y su influencia en la decisión de compra de los clientes del sector hotelero de Manta*. [Tesis de maestría, ESPAM MFL]. <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1579>
- Cevallos, J. (2018). La responsabilidad social corporativa de la industria atunera y su impacto en el desarrollo socioeconómico sostenible de la ciudad de Manta-Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 3(4), 82-101. <https://dx.doi.org/10.23857/pc.v3i4.468>

- Córdoba, J. (2020). *Las pymes y la responsabilidad social empresarial como vehículo para el aumento de la calidad de vida en las comunidades de barrio nuevo y la ciudadela amazonía*. [Trabajo de grado; Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria]. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/604>
- Dacasa, E. (2017). Sobre la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Académica de la Facultad de Derecho de la Universidad La Salle*, 14(29), 43-92. <https://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/679>
- Dacasa, E. (2017). Sobre la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Académica, Facultad de Derecho*, 14(29), 43-92. <http://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/679>
- Delgado, A., y Saltos, V. (2018). *Análisis del clima laboral y su influencia en la calidad de atención al cliente en COAC Cámara de Comercio del Cantón Bolívar*. [Tesis; ESPAM-MFL]. <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/922>
- Díaz, R. (2017). La relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial (un estudio de 63 empresas emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores). *The Anáhuac Journal*, 17(1), 101-122. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2017v17n1.04>
- Domínguez, M., Medina, M., Gonzáles, R., y López, E. (2019). *Metodología de investigación para la educación y la diversidad*. España: UNED. <https://books.google.com.gt/books?id=GtGIDwAAQBAJ&hl=es>
- Espinoza, E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. *Conrado*, 15(69), 171-180. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1052>
- Fajardo, M., y Soto, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial*. Machala: Editorial UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12487>

- Fau, C., Nabzo, S., y Nasabun, V. (2018). Meta análisis en red. *Revista Mexicana de Oftalmología*, 92(3), 153-159. <https://doi.org/10.24875/RMO.M18000032>
- Fernández, R. (2018). *La responsabilidad social corporativa como modelo de gestión empresarial*. España. Editorial Bosch.
- Flores, P., y Moreno, F. (2017). *Diseño de un sistema de gestión ambiental a partir de las no conformidades de la empresa Asiservy S.A en el cantón Jaramijó 2016*. [Tesis, ULEAM]. <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/97>
- Fresno, C. (2019). *Metodología de la investigación: así de fácil*. Argentina: El Cid Editor. <https://pdfcoffee.com/metodologia-de-la-investigacion-asi-de-facil-1-2-pdf-free.html>
- Gallardo, M., y Galarza, S. (2019). Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el Desempeño Financiero en las Empresas Ecuatorianas que Cuentan con Informes de Sostenibilidad desde el Periodo 2014 al 2018. *X-Pendientes económicos*, 3(7), 38–56. https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pendientes_Economicos/article/view/40.
- Gallardo, M., y Galarza, S. (2021). Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el Desempeño Financiero en las Empresas Ecuatorianas que Cuentan con Informes de Sostenibilidad desde el Periodo 2014 al 2018. *X-Pendientes Económicos*, 3(7), 38–56. https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pendientes_Economicos/article/view/40
- Game, G. (2020). *Estrategias financieras y rentabilidad del sector cooperativo de servicio de taxis convencionales*. [Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5507>
- Garcés, D., y Castrillón, O. (2017). *Diseño de una metodología basada en una técnica inteligente para el análisis de los tiempos muertos de una línea de producción. Aplicación en una empresa del sector alimentario de la zona*

- centro de Colombia*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Colombia].
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/60185>
- García, E. (2020). *Empresa y Administración*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
https://books.google.com.pe/books?id=8cznDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- García, J. (2018). *Revisión de la instrumentación de las tesis de la escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Educación durante el periodo 2012-2014*. [Tesis, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. http://www.une.edu.pe/I-Congreso-Nacional-Educaci%C3%B3n-Exito-Siglo-XXI/Martes-13/07_I%20Congreso%20Nacional%20Educaci%C3%B3n%20PONENCIA.pdf
- Garzón, D., Babativa, W., Cárdenas, M., Novoa, L., y Calle, D. (2020). *Plan de Acción Estratégico para Incrementar el Interés de los Empleados en la Iniciativa de Responsabilidad Social Empresarial del Centro de Tecnología Oftálmica SAS*. [Trabajo de grado; Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD].
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/37968>
- Gaytán, J. (2021). Estrategia financiera, teorías y modelos. *Mercados y negocios*(44), 97-112. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i44.7647>
- Gazca, L., Sánchez, G., Velasco, M., Otero, A., y Hernández, F. (2020). *Diagnóstico de competencias docentes en saberes digitales para profesores en educación superior*. México: Red Iberoamericana de Academias de Investigación. <http://redibai-myd.org/portal/wp-content/uploads/2020/09/diagnostico.pdf>
- Global Ratings. (31 de Agosto de 2021). *Calificación segunda emisión de obligaciones ASISERVY S.A.* Global Ratings.
<https://www.globalratings.com.ec/site1/>

- Gómez, B., y Martínez, R. (2016). Valores éticos de la responsabilidad social empresarial. *Anagramas Rumbos Y Sentidos De La Comunicación*, 14(28), 33-50. <https://doi.org/10.22395/anqr.v14n28a2>
- Gómez, C. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*(140), 107-118. https://www.fuhem.es/wp-content/uploads/2018/12/papeles_140.pdf
- Gómez, I. (2020). *Desarrollo sostenible*. España: Editorial ELEARNING S.L. <https://books.google.com.co/books?id=ZSPvDwAAQBAJ&printsec=copyrigh#v=onepage&q&f=false>
- Guambo, A. (2018). *Responsabilidad social como ventaja competitiva para el sector de las empresas familiares de la provincia de Tungurahua*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambat]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28868>
- Guerrero, A. (2019). Responsabilidad social y ambiental, análisis para tres microempresas en Ipiales, Colombia. *Económicas CUC*, 40(2), 53-69. <https://doi.org/10.17981/econcuc.40.2.2019.04>
- Gutiérrez, C. (2021). *El covid19 y la responsabilidad social en las empresas*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3225>
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill Education. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Hernández, S. (2020). *Competencia desleal entre empresarios: actos de engaño*. [Trabajos Fin de Grado; universidad de valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/45889>
- Huaman, A. (2022). *Gestión administrativa y responsabilidad social en la Municipalidad Distrital de Coya, Cusco – 2022*. [Tesis de grado,

- Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/92880>
- Ibarra, M., González, L., y Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130.
<https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Jacóme, I., Salazar, A., y Borja, Y. (2017). La responsabilidad social empresarial en la gestión administrativa. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 1147-1158.
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/532>
- Jáuregui, K., Ventura, J., & Gallardo, J. (2018). *Responsabilidas Social y Sostenibilidad Empresarial: fundamentos, gestión y perspectiva*. Perú: Pearson Educación.
- Jáuregui, K., Ventura, J., Julián Gallardo, S., Cornejo, C., Cáceres, C., Sandoval, M., y Dejo, F. (2018). *Responsabilidad social y sostenibilidad empresarial*. Perú: Pearson Educación.
- Larrinaga, C. (2019). *Guía para la aplicación de la Ley 11/2018, Información no financiera: versión 1.0*. [Universidad de Burgos.
<https://riubu.ubu.es/handle/10259/5240>
- Lazovska, D. (2018). *La ventaja competitiva de la RSE*.
<https://www.expoknews.com/la-ventaja-competitiva-de-la-rse/>
- León, S., López, R., Hernández, I., y Ruiz, M. (2020). La gestión de servicios de laboratorios de cómputo académico en una institución de educación superior. *ANFEI Digital*(12), 1-11.
<https://www.anfei.mx/revista/index.php/revista/article/view/652>
- López , E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica. *Educación XX1*, 21(1), 17-40.
<https://doi.org/10.5944/educxx1.20169>

- Lozano, J., y Andrade, M. (2021). Acuerdo comercial multipartes y su incidencia en las exportaciones de atún al mercado Italiano. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 19(2), 31-51. <https://www.eumed.net/uploads/articulos/e5f2013ac9ec9afb4c5d9f6adfa37eef.pdf>
- Luque, A. (2018). *La gestión de residuos de las industrias lácteas: El caso de Ecuador*. [Ponencias-congresos; Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2605>
- Marcillo, C., Aguilar, C., y Gutiérrez, N. (2021). Análisis financiero: una herramienta clave para la toma de decisiones de gerencia. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(3), 87-106. https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/544
- Marín, A., y Zapata, M. (2017). *Usos y aplicaciones del excel*. [Universidad Icesi]. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/83888
- Marín, F., Pérez, J., Senior, A., y García, J. (2021). Validación del diseño de una red de cooperación científico-tecnológica utilizando el coeficiente K para la selección de expertos. *Información tecnológica*, 32(2), 79-88. <https://hdl.handle.net/11323/8296>
- Martín, M., y Ojeda, R. (2017). Ventajas competitivas de un centro comercial a partir de sus recursos. *Equidad y Desarrollo*, 1(28), 147-165. <https://pdfs.semanticscholar.org/13b3/0bca42cedb5f3b85a6c3216e685337513b3a.pdf>
- MCE. (Julio de 2017). *Informe sobre el sector atunero Ecuatoriano*. Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/Reporte-del-sector-atunero.pdf>
- Molina, J., Oña, J., Tipán, M., y Topa, S. (2018). Análisis financiero en las empresas comerciales de Ecuador. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 5(1), 8–28. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/1202>

- Morales, H., y Pomachagua, F. (2020). *Responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los clientes de Sodimac Lima, 2020*. [Tesis trabajo de grado, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/3684>
- Moreno, A., y Silva, W. (2021). *Nivel de comunicación persuasiva y los valores de responsabilidad social de un spot de Pilsen Callao en los bodegueros de Comas, 2021*. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/76604>
- Moya, E., y Moya, J. (2018). Prosumo, Swarming y Transmedia. Hacia un nuevo concepto de Stakeholder. *Icono* 14, 16(2), 25-50. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i2.1213>
- Murillo, C., Aguiño, J., y Guarín, A. (2022). Formación profesional empresarial y su influencia en la productividad. *Polo del Conocimiento*, 7(5), 1153-1165. https://sga.unemi.edu.ec/media/evidenciasiv/2022/06/27/articulo_202262716750.pdf
- Núñez, H. (2018). *La inversión en la maquinaria y su impacto en la rentabilidad de las sociedades del sector calzado del cantón Ambato*. [Proyecto de investigación; Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28803>
- Obando, J., Sotolongo, M., y González, E. (2019). Evaluación del desempeño de seguridad y salud en una empresa de impresión. *Ingeniería Industrial*, 40(2), 136-147. <https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/11280>
- Ochoa, M., Holguín, I., Mendoza, L., y Villavicencio, J. (2017). Reutilización de la Miga de atún. *RECIMUNDO*, 1(4), 762-776. <https://doi.org/10.26820/recimundo/1.4.2017.762-776>
- OIT. (Marzo de 2021). *Sectores económicos y cadenas de valor con potencial para la inclusión laboral de migrantes y refugiados venezolanos en Cuenca, Manta y Santo Domingo: Promoviendo la recuperación pos-COVID-19 en Ecuador*. Organización Internacional del Trabajo. <https://www.r4v.info/sites/default/files/2021->

06/Sectores%20econo%CC%81micos%20y%20cadenas%20de%20valor%20%20ECUA-VENEZ%20-%20OIT.pdf

OIT. (2022). *Las empresas y el trabajo infantil*. Organización internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/empent/areas/business-helpdesk/WCMS_151845/lang--es/index.htm

Olivares, A., Castro, E., Peralta, P., Espinoza, F., y Suástegui, C. (2019). *Competitividad Organizacional: Estudio de factores*. México: Qartuppi, S. de R.L. de C.V. <http://www.qartuppi.com/2019/ORGANIZACIONAL.pdf>

Organización Internacional del trabajo. (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible: Manual de referencia Sindical sobre la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms_569914.pdf

Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., y Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030/ Corporate social responsibility in Ecuador: Approach from the 2030 Agenda. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 175-193. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33241>

Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146. <http://ucbconocimiento.cba.ucb.edu.bo/index.php/JSARS/article/view/332/283>

Palacio, A. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana De Contabilidad - ASFACOP*, 18(15), 75-85. <https://ojs.asfacop.org.co/index.php/asfacop/article/view/asf.v8n15.172/180>

Peña, M., Vallejo, J., Malla, F., y Sarmiento, G. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y las organizaciones financieras de la

- Economía Popular y Solidaria. *Yachana Revista Científica*, 8(2), 39-51.
<http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/597/340>
- Perdomo, R. (2017). Industria procesadora de atún. *Revista Ceipa*, 1-52.
https://ceipa.com.ec/wpceipa/wp-content/uploads/2017/12/Revista-Industria-Procesadora-de-At%C3%BAn-CEIPA_-15-a%C3%B1os.compressed.pdf
- Perez, L., Perez, R., y Seca, M. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Argentina : Editorial Maipue.
- Pérez, M., Espinoza, C., y Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Universidad Y Sociedad*, 8(3), 69-178.
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/430>
- Pinargote, X. (15 de Septiembre de 2019). *Modelo de gestión clúster y su incidencia en la competitividad del sector atunero ecuatoriano período 2007-2017*. [Tesis de grado, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46242>
- Piza, N., Amaiquema, F., y Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15(70), 455-459.
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1162/1167>
- Plata, A., y Antolinez, M. (2021). *Análisis de la información contable ante la responsabilidad social empresarial de una distribuidora de bienes y servicios del sector automotriz, ubicada en la ciudad de Cúcuta*. [Trabajo de grado, Universidad Libre Seccional Cúcuta].
<https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/19733>
- Prieto, B. (2018). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de contabilidad*, 18(46), 11.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>

- Puente, M., Viñán, J., y Aguilar, J. (2017). *Planeación Financiera y Presupuestaria*. Ecuador: ESPOCH. <https://docplayer.es/57585554-Planeacion-financiera-y-presupuestaria.html>
- Ramos, N. (2021). *Importancia de la responsabilidad social empresarial (RSE)*. [Tesis; Universidad Peruna Unión]. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4534>
- Raufflet, E., Portales, L., García, C., Lozano, J., y Barrera, E. (2017). *Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial*. México: Pearson Educación. https://www.academia.edu/45001576/Emmanuel_Raufflet_Luis_Portales_Derbez_E_M_P_R_E_S_A_R_I_A_L
- Raufflet, E., Portales, L., García, C., Lozano, J., y Barrera, E. (2017). *Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial*. México: Pearson Educación. https://www.academia.edu/45001576/Emmanuel_Raufflet_Luis_Portales_Derbez_E_M_P_R_E_S_A_R_I_A_L
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. España: Servicios Académicos Intercontinentales S.L. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1662/1662.pdf>
- Rivas, S., y Montero, I. (2020). *Análisis y desarrollo de estrategias para la optimización de los indicadores financieros de la firma Scain administración e ingeniería SAS*. [Tesis, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/10209>
- Robles, B. (2018). Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken. *Pueblo Continente*, 29(1), 193-197. <http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/991>
- Rodríguez, A., y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 175-195. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

- Rodríguez, D. (2021). Evaluación de la gestión ambiental de la Empresa Cubana de Lubricantes, Santiago de Cuba. *Anuario Facultad De Ciencias Económicas Y Empresariales*, 12, 208–231. <https://anuarioeco.uo.edu.cu/index.php/aeco/article/view/5187>
- Rodríguez, F. (2017). *Finanzas 2: Finanzas corporativas: una propuesta metodológica*. México. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. https://books.google.com.ec/books?id=erRJDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Rodríguez, L., Domínguez, M., & Cruz, J. (2021). *Educación ambiental, única herramienta eficaz para preservar el planeta*. [AMBIMED]: <https://ambimed2021.sld.cu/index.php/ambimed/2021/paper/view/580>
- Romero, V. (2019). *La Responsabilidad Social Empresarial y ambiental, ¿son sinónimos?*. [Tesis de graduación, Universidad del Azuay]. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8793>
- Romo, D., y Morales, D. (2021). Eficiencia Energética en la Universidad Católica sede Azogues un enfoque de implementación técnico – económico basado en energía solar. *Revista Técnica “energía”*, 17(2), 44-54. <https://revistaenergia.cenace.gob.ec/index.php/cenace/article/view/420>
- Rosero, T. (2016). *Diagnóstico y plan de responsabilidad social corporativa, para una empresa de consumo masivo en la ciudad de Quito*. [Tesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/12513>
- Ruiz, P. (2017). *Indicadores financieros básicos como herramienta para la eficaz toma de decisiones y su impacto en el desarrollo empresarial*. [Universidad Técnica de Machala]. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/10210>
- Ruiz, R. (10 de Octubre de 2018). Las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial. *Fusión Empresarial*. <https://revistafusionempresarial.mx/las-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>

- Ruiz, R. (14 de Diciembre de 2018). Principios de la responsabilidad social empresarial. *Revista Fusión Empresarial*.
<https://revistafusionempresarial.mx/principios-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Saá, J., Vasco, C., Holovatyi, M., y Donoso, D. (2020). La responsabilidad social empresarial y sus indicadores. *RECIMUNDO*, 4(1), 366-378.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(1\).enero.2020.366-378](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(1).enero.2020.366-378)
- Salas, A. (2019). *Optimización de materia prima en la industria*. [Trabajo de grado; Universidad Militar Nueva Granada].
<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/35093>
- Salazar, C., & Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Ecuador.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/13720>.
- Saldaña, C., Velásquez, J., Camargo, R., Saa, L., Carvajal, A., Camacho, É., y Hernán, F. (2020). *Gestión y finanzas para gerentes de proyectos*. Colombia: Universidad Externado de Colombia.
https://books.google.com.ec/books?id=2wPYDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Saltos, T., y Umaquina, A. (2017). Base Legal o legitimidad en la aplicación de la Responsabilidad Social en las empresas ecuatorianas. *Revista Administracion y Finanzas*, 4(13), 44-52.
https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Administracion_y_Finanzas/vol4num13/Revista_de%20Administraci%c3%b3n_y_Finanzas_V4_N13_4.pdf
- Sánchez, A. (2017). *El indicador financiero SROI como una herramienta de cuantificación de la responsabilidad social empresarial en la empresa privada*. [Universidad Militar Nueva].
<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/20055>
- Sanchez, C. (2022). *Trabajo remoto en relación a los estándares de responsabilidad social empresarial GRI como base para la elaboración de Memoria de sostenibilidad de la empresa LikeU para la vigencia 2020*.

[Tesis, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD].
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/48855>

Sánchez, M., Fernández, M., y Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121.
<https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>

Sánchez, V. (2019). *La responsabilidad social empresarial en el manejo de la información financiera de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la provincia de Tungurahua*. [Proyecto de investigación, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/29456>

Sanguesa, M., Mateo, R., y Ilzarbe, L. (2019). *Teoría y práctica de la calidad. 2ª edición revisada y actualizada*. España: Ediciones Paraninfo, S.A.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JP6NDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Teor%C3%ADa+y+pr%C3%A1ctica+de+la+calidad.+2%C2%AA+edici%C3%B3n+revisada+y+actualizada&ots=ZXDIuCSMgJ&sig=ssR_ejSTfwRrVe338RdREVsrac#v=onepage&q=Teor%C3%ADa%20y%20pr%C3%A1ctica%20de

Santiago, N., y Gamboa, J. (2017). *Gestión financiera empresarial*. Ambato: Editorial UTA. <https://docplayer.es/189251052-Gestion-financiera-empresarial.html>.

Santos, G. (Enero de 2017). *Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla*. [Tesis, Universidad Autónoma de Puebla, Puebla].
<https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>

Santos, G. (Enero de 2017). *Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla*. [Universidad Autónoma de Puebla], Puebla.

<https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>

Simonetta, C. (2020). Responsabilidad social empresarial y construcción de su significado. Estudio de caso. *Ciencias Administrativas*(15), 25-40.
<https://doi.org/10.24215/23143738e053>

Suárez, O., y Burgos, B. (2018). Percepción y práctica de la responsabilidad social empresarial: el caso de las pyme de Salinas, Santa Elena. *Estudios De La Gestión: Revista Internacional De Administración*, 3, 29–49.
<https://doi.org/10.32719/25506641.2017.3.2>

SuperCias. (2022). *Portal de información*.
<https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortallInformacion/index.html>

Tamayo, A., y Loor, E. (2017). *Análisis del grado de responsabilidad social empresarial de los servicios de alojamiento de primera, segunda y tercera categoría de la Isla Santa Cruz- Galápagos considerando la perspectiva de oferta y demanda*. [Tesis de grado, Universidad Central del Ecuador].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/10493>

Tapia, E., Armijos, J., Fernández, G., y Arebalo, J. (2021). Responsabilidad Social Empresarial y Rentabilidad Financiera en el sector hotelero de Cuenca - Ecuador. *Estudios de Administracion*, 28(2), 131-145.
<https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.64690>

Tello, G., Agila, M., y Legarda, C. (2018). La responsabilidad social empresarial corporativa y su incidencia en el ámbito laboral en Ecuador. *Universidad Y Sociedad*, 10(5), 60-69.
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1024>

Torres, H. (2021). *Responsabilidad social a través de la web, balance social en las cooperativas de ahorro y crédito ecuatorianas de la zona 3*. [Tesis, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32470/1/T4959i.pdf>

- Trujillo, J., y Martínez, Ó. (2020). *Finanzas empresariales: Análisis y gestión*. Bogotá: Alfaomega.
https://books.google.com.ec/books?id=s3J6EAAAQBAJ&dq=razones+financieras+o+indicadores+financieros&source=gbs_navlinks_s
- Ubieta, S., y Leiva, J. (2019). Competitividad empresarial en Costa Rica: un enfoque multidimensional competitividad empresarial. *Tec Empresarial*, 13(3), 28-41. <https://doi.org/10.18845/te.v13i3.4597>
- Uribe, M. (2018). La responsabilidad social empresarial y el enfoque estratégico de la organización: evidencia empírica de dos sectores. *Tendencias*, 19(1), 113-139. <https://doi.org/10.22267/rtend.181901.90>
- Vega, M. (2021). *Implementación del modelo de prevención anticorrupción en las empresas que contraten con el estado*. [Tesis de grado; Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/19070>
- Ventura, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4), 1-2. <http://www.revsaludpublica.sld.cu/index.php/spu/article/view/906/948>
- Verdezoto, M. (2020). *Responsabilidad social empresarial: Prácticas y perspectivas de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano*. Machala: Ediciones UTMACH. <http://doi.org/10.48190/9789942241405>
- Vidal, G. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP*. [Tesis, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7172>
- Vilariño, A. (2018). *La gestión responsable del agua en las empresas: riesgos y oportunidades*. Revista Haz Fundación. <https://hazrevista.org/rsc/2018/08/la-gestion-responsable-del-agua-en-las-empresas-riesgos-y-oportunidades/>

- Villacis, L. (2021). *La competitividad financiera y su incidencia sobre la productividad de las empresas productoras de calzado en el cantón Ambato*. [Proyecto de investigación, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32101>
- Vives, A. (2018). *Empleo y desarrollo humano como responsabilidad social de las empresas*. Agora. <https://www.agorarsc.org/empleo-y-desarrollo-humano-como-responsabilidad-social-de-las-empresas/>
- Warner, J. (2020). *Toma de decisiones y solución de problemas: Perfil de competencias*. España: Editorial Centro de Estudios Ramon Areces SA. <https://books.google.com/books?id=PbPvDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Toma+de+decisiones+y+soluci%C3%B3n+de+problemas:+Perfil+de+competencias&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewj6lcayzvL5AhU3MEQIH T-4AroQ6AF6BAgJEA1>
- Wulf, E. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial: Un desafío corporativo*. Editorial Universidad de la Serena. https://www.researchgate.net/profile/Pedro-Severino-Gonzalez/publication/328007741_Responsabilidades_empresariales_analisis_critico_a_los_modelos_de_gestion/links/5bb2a6a2a6fdccd3cb813998/Responsabilidades-empresariales-analisis-critico-a-los-modelos-de-g
- Zaldívar, L., Lao, Y., y Marrero, F. (2021). Metodología para evaluar la madurez en la gestión de la responsabilidad social empresarial de las cadenas de suministros. *Revista Ingeniería Industrial*, 20, 1-22. <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/5132>
- Zambrano, J., y Zambrano, L. (2020). Análisis de la industria atunera: Clúster cadena de valor productiva y productividad. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5-1), 263-271. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.358>
- Zapata, P. (2021). *Contabilidad General: Con base en las normas internacionales de información financiera*. Colombia : Alfaomega. https://books.google.com.ec/books?id=r816EAAAQBAJ&dq=razones+financieras+o+indicadores+financieros&source=gbs_navlinks_s.

ANEXOS

ANEXO 1

FICHA PARA DETERMINAR LA COMPETENCIA DEL EXPERTO

TEMA: Responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A

| | |
|---|--|
| Nombre: María Dolores Zambrano Loor Organización Laboral: UIEAM EXTENSION CHONE Profesión: Ing. Comercial Años de experiencia laboral: 15 años Email : marloly1423@hotmail.com | Área laboral que desempeña: Docencia Dirección Laboral: Chone Dirección domiciliaria: Tosagua Teléfono personal: 0980959510 |
|---|--|

NIVEL DE CONOCIMIENTOS

- **Autoevaluación Coeficiente de Conocimiento (Kc)**

INDICACIONES: Marque con una **X**, en una escala ascendente del 1 al 10, el valor que corresponda según el grado de conocimiento o información que usted tenga en relación a los siguientes ítems

| | | | | | | | | | |
|------|---|---|-----------|---|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Bajo | | | ← Medio → | | | | Alto | | |

Resultados de la ponderación:

| CONOCIMIENTOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----------|----------|
| Responsabilidad social empresarial | | | | | | | | | | X |
| Competitividad | | | | | | | | | x | |
| Administración | | | | | | | | | | X |
| Gestión económicas-financieras | | | | | | | | | x | |

NIVEL DE ARGUMENTACIÓN

- **Evaluación del Coeficiente de Argumentación (Ka) (grado de influencia que usted considera en el tema).**

INDICACIONES: Marque con una **X**, según las ponderaciones propuestas en la siguiente tabla, el valor que usted crea conveniente en relación a su grado de conocimiento acerca del tema descrito en la fuente de argumentación.

| FUENTE DE ARGUMENTACIÓN | Grado de influencia de las competencias | | | RELACIONAR Y CONSULTAR |
|--|---|------------|-------------|------------------------------|
| | A (alto) | M (medio) | B (bajo) | |
| Tiene conocimiento de cómo funciona la responsabilidad social empresarial dentro de una organización, teniendo en cuenta su influencia positiva en relación al cumplimiento de las tres dimensiones: Social, económica y ambiental, y los beneficios que se obtiene al aplicarlo dentro del sector atunero | 0,5 | 0,4 | 0,2 | |
| Tiene conocimientos de cómo establecer correctamente una estrategia competitiva para alcanzar los objetivos a largo plazo | 0,3 | 0,2 | 0,1 | |
| Maneja conocimientos de administración organizacional, en función de su proceso administrativo (planificación, organización, dirección y control) | 0,05 | 0,05 | 0,05 | |
| Sabe cómo evaluar el cumplimiento económico-financiero de una determinada empresa midiendo aspectos como rentabilidad, liquidez, eficiencia y solvencia. | 0,05 | 0,05 | 0,05 | |
| Experiencia propia obtenida dentro del campo empresarial | 0,05 | 0,05 | 0,05 | |
| Su intuición con respecto a esta investigación. | 0,05 | 0,05 | 0,05 | |
| TOTAL | 1 | 0,8 | 0,50 | |

Resultados de la ponderación:

| FUENTE DE ARGUMENTACIÓN | Grado de influencia de las competencias | | |
|--|---|-----------|----------|
| | A (alto) | M (medio) | B (bajo) |
| Tiene conocimiento de cómo funciona la responsabilidad social empresarial dentro de una organización, teniendo en cuenta su influencia positiva en relación al cumplimiento de las tres dimensiones: Social, económica y ambiental, y los beneficios que se obtiene al aplicarlo dentro del sector atunero | X | | |
| Tiene conocimientos de cómo establecer correctamente una estrategia competitiva para alcanzar los objetivos a largo plazo | X | | |
| Maneja conocimientos de administración organizacional, en función de su proceso administrativo (planificación, organización, dirección y control) | X | | |
| Sabe cómo evaluar el cumplimiento económico-financiero de una determinada empresa midiendo aspectos como rentabilidad, liquidez, eficiencia y solvencia. | X | | |
| Experiencia propia obtenida dentro del campo empresarial | X | | |
| Su intuición con respecto a esta investigación. | X | | |

Investigador

Investigadora

Experto

GRACIAS POR SU TIEMPO APORTADO EN VALIDAR ESTE INSTRUMENTO

¡¡ ÉXITO EN SUS LABORES Y ACTIVIDADES COTIDIANAS!!

ANEXO 2

Resultados de la aplicación del método Delphi para la selección del equipo de experto

Anexo 2-A

Perfil de características de los expertos seleccionados

| Perfil del experto | Exp 1 | Exp 2 | Exp 3 | Exp 4 | Exp 5 | Exp 6 | Exp 7 |
|---------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Nombre: | Karen Mendoza García | Rosita Vera | Nohelia Chavarría | Petita Mero Bravo | María Dolores Zambrano Loor | Edison Vicente Zambrano Lucas | Ana Mercedes Cedeño Santana |
| Organización Laboral: | Uleam Ext. Chone | Uleam Ext. Pedernales | BanEcuador | BanEcuador | ULEAM-EXTENSION CHONE | Jordana & Moda S.A | Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio del cantón Bolívar Ltda |
| Profesión: | Dra. En Ciencias Administrativas | Mg. En Auditoría | Mg. En Auditoría Integral | Ing. En Contabilidad y Auditoría | Ing. Comercial | Ing. Comercial | Ing. Comercial |
| Años de experiencia | 20 años | 10 años | 10 años | 25 años | 15 años | 5 años | 6 años |
| Dirección laboral: | Chone, Calle universitaria | Pedernales | Manta, Calle 20 Avda. 20 | Manta, Calle 20 Avda. 20 | Chone, Calle universitaria | Manta | Calceta, Calle 10 de Agosto y Sergio Domingo Dueñas |
| Área donde Labora | Docente | Docente | Área de Crédito | Área de Crédito | Docente | Administrativa y bodega | Área de Crédito y Cobranzas |
| Dirección domiciliaria : | Tosagua, Cdla. El Maestro | Chone | Vía Circunvalación | Vía Barbasquillo | Tosagua | Tosagua | Calceta, Calle Ricaurte y Av. San Lorenzo |
| Teléfono : | 099228842 | 0999117773 | 0993591374 | 098415669 | 0980959510 | 0990020862 | 0988272618 |
| Correo electrónico | kalmega@hotmail.com | yessenia.vera@uleam.edu.ec | Nohelia.chavarría@BanEcuador.gob.ec | petita.mera@banecuador.gob.ec | marloly1423@hotmail.com | edisonvicente3105@hotmail.com | ana_cedeno1990@hotmail.com |

Anexo 2-B

(Kc) coeficiente de conocimiento 1-10

Resultados de la ponderación en Excel:

| CONOCIMIENTO DEL EXPERTO | Exp 1 | Exp 2 | Exp 3 | Exp 4 | Exp 5 | Exp 6 | Exp 7 |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Responsabilidad social empresarial | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Competitividad | 8 | 9 | 8 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Administración | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Gestión económicas-financieras | 9 | 9 | 8 | 8 | 9 | 8 | 9 |
| KC | 0,93 | 0,95 | 0,90 | 0,93 | 0,95 | 0,93 | 0,95 |

$$KC = (C1 + \dots / n) * 0,1$$

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------|--|--|--|--|------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Sabe cómo evaluar el cumplimiento económico-financiero de una determinada empresa midiendo aspectos como rentabilidad, liquidez, eficiencia y solvencia. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 0,05 | | | | | 0,05 | | | | | | | | | | | | | |
| Experiencia propia obtenida dentro del campo empresarial | 0,05 | | | | | 0,05 | | | | | | | | | | | | | |
| Su intuición con respecto a esta investigación. | 0,05 | | | | | 0,05 | | | | | | | | | | | | | |
| Total | 90% | | | | | 100% | | | | | | | | | | | | | |

Anexo 2-D

Coefficiente de competencia (K)

Resultados de la ponderación en Excel:

| EXPERTOS | KC | KA | K | COMPETENCIA |
|----------|------|------|------|-------------|
| E1 | 0,93 | 90% | 0,92 | ALTA |
| E2 | 0,95 | 100% | 0,98 | ALTA |
| E3 | 0,90 | 80% | 0,85 | ALTA |
| E4 | 0,93 | 100% | 0,97 | ALTA |
| E5 | 0,95 | 100% | 0,98 | ALTA |
| E6 | 0,93 | 90% | 0,92 | ALTA |
| E7 | 0,95 | 90% | 0,93 | ALTA |

Metodología para el cálculo del coeficiente de competencia (K):

Alta ($0,8 > K \leq 1,0$) Media ($0,7 > K \leq 0,79$) Baja ($K < 0,7$)

| NOTAS | ESTADO |
|------------------|--------|
| Entre 0,8 y 1 | ALTA |
| Entre 0,7 y 0,79 | MEDIA |
| Entre 0 y 0,49 | BAJA |

Según Marín et ál., (2021) Los valores para identificar el nivel del coeficiente son:

- $0,8 < K < 1,0$ coeficiente de competencia alto (Se acepta)
- $0,7 < K < 0,79$ coeficiente de competencia medio (Se rechaza)
- $K < 0,7$ coeficiente de competencia bajo (Se rechaza)

ANEXO 3

MATRIZ DE AUTORES PARA LA IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES EN LAS VARIABLES DE ESTUDIO

Anexo 3-A. Matriz de autores para la identificación de indicadores en la RSE

• Dimensión económica

| Rauffet et al. (2017) | Sánchez (2017) | Aciar (2019) | González y Robaina (2014) como se citó en Plata y Antolinez (2021) | Aránzazu (2019) como se citó en Gutiérrez (2021) | Alfaro (2021) | Zaldívar et a. (2021) | Aghemo (2021) |
|-------------------------|------------------------------|--------------------------------|--|--|-----------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Presencia en el mercado | Transparencia | Desempeño económico. | Desempeño económico | Clientes | Performance económica | Reportes financieros | Performance económica |
| Impacto económico | Rendición de cuentas | Presencia en el mercado | Presencia en el mercado | Proveedores | Presencia de mercado | Propuesta de valor | Presencia de mercado |
| | Resultados financieros | Impactos económicos indirectos | Impactos económicos indirectos | Empleados | | Modelo de negocio | Impactos económicos indirectos |
| | Impacto en grupos de interés | Prácticas de adquisición | | Proveedores de capital | | Prácticas anticorrupción | Medidas anticorrupción |
| | | Anticorrupción | | Sector público | | Sistema de Gestión de Proveedores | Comportamientos anticompetitivos |
| | | Competencia desleal | | | | | |

• Dimensión ambiental

| Rauffet et al. (2017) | Sánchez (2017) | Aciar (2019) | Guerrero (2019) | González y Robaina (2014) como se citó en Plata y Antolinez (2021) | Aránzazu (2019) como se citó en Gutiérrez (2021) | Alfaro (2021) | Zaldívar et a. (2021) | Aghemo (2021) |
|-----------------------|----------------|--------------|------------------|--|--|---------------|--|------------------|
| Materiales | Energía | Materiales | Materiales | Materiales | Materias primas | Materiales | Sistema de Gestión Ambiental | Materiales |
| Energía | Agua | Energía | Energía | Energía | Energía | Energía | Prevención de la contaminación | Energía |
| Agua | Materiales | Agua | Agua y efluentes | Agua | Agua | Agua | Uso sustentable de recursos materiales | Agua y afluentes |

| | | | | | | | | |
|-----------------------|-------------------------------|---|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------|--|-----------------------|
| Biodiversidad | Emisiones | Biodiversidad | Biodiversidad | Biodiversidad | Biodiversidad | Desperdicios | Educación y concientización ambiental | Biodiversidad |
| Emisiones | Vertidos y residuos | Emisiones | Emisiones | Emisiones, vertidos y residuos | Emisiones, vertidos y residuos | | Impactos de transporte, logística y distribución | Emisiones |
| Efluentes y residuos | Impactos en el medio ambiente | Efluentes y residuos | Efluentes y Residuos | Productos y servicios | Proveedores | | Logística Reversa | Desperdicios |
| Productos y servicios | Biodiversidad | Cumplimiento ambiental | Cumplimiento ambiental | Cumplimiento normativo | Productos y servicios | | | Conformidad ambiental |
| Cumplimiento | | Evaluación ambiental de los proveedores | Evaluación ambiental del proveedor | Transporte | Cumplimiento | | | |
| Transporte | | | | General | Transporte General | | | |

• **Dimensión social**

| Rauffet et al. (2017) | Sánchez (2017) | Aciar (2019) | Guerrero (2019) | González y Robaina (2014) como se citó en Plata y Antolinez (2021) | Aránzazu (2019) como se citó en Gutiérrez (2021) | Alfaro (2021) | Zaldívar et a. (2021) | Aghemo (2021) |
|---|---------------------------------|--|--|--|--|----------------------------|--|--|
| Cuestiones laborales | Prácticas laborales | Empleo | Empleo | Empleo | Empleo | Relación con los empleados | Código de Conducta | Empleo |
| Derechos humanos | Ética del trabajo | Relación trabajador empresa | Relaciones laborales / de gestión | Relaciones empresa/trabajadores | Relaciones empresa/trabajadores | Seguridad laboral | Compromiso con el desarrollo profesional | Relación con los empleados |
| Relación y transparencia con la comunidad | Derechos humanos | Salud y seguridad en el trabajo | Seguridad y salud laboral | Salud/Seguridad en el trabajo | Salud y seguridad | Educación | Salud y seguridad de los empleados | Salud y seguridad laboral |
| Ciclo de vida de los productos generados | Sociedad | Formación y enseñanza | Entrenamiento y educación | Formación y educación | Formación y educación | | Condiciones de trabajo, calidad de vida y jornada de trabajo | Entrenamiento y educación |
| | Responsabilidad sobre productos | Diversidad e igualdad de oportunidades | Diversidad e igualdad de oportunidades | Diversidad e igualdad de oportunidades | Diversidad e igualdad de oportunidades y | | Relacionamiento con el consumidor | Diversidad e igualdad de oportunidades |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|-------------------------------------|--|--|---|-------------------------------------|
| | | No discriminación | No discriminación | Salud y seguridad del cliente | Estrategia y gestión | | Impacto derivado del uso de productos y/o servicios | No discriminación |
| | | Libertad de asociación y negociación colectiva | Libertad de asociación y negociación colectiva | Etiquetado de productos y servicios | No discriminación | | Comunicación responsable para el Consumo Consciente | libertad de asociación y agregación |
| | | Trabajo infantil | Trabajo infantil | Comunicaciones de marketing | Libertad de asociación y negociación colectiva | | Apoyo al desarrollo de proveedores | trabajo infantil |
| | | Trabajo forzoso u obligatorio | Trabajo Forzado u Obligatorio | Privacidad del cliente | Trabajo infantil | | | Prácticas de seguridad en salud |
| | | Prácticas en materia de seguridad | Prácticas de seguridad | Cumplimiento normativo | Trabajo forzoso y obligatorio | | | Seguridad de los clientes |
| | | Derechos de los pueblos indígenas | Derechos de los Pueblos Indígenas | | Medidas disciplinarias | | | Marketing |
| | | Evaluación de los derechos humanos | Evaluación de derechos humanos | | Medidas de seguridad | | | Privacidad |
| | | Comunidades locales | Comunidades locales | | Derechos de los indígenas | | | conformidad social |
| | | evaluación social de los proveedores | Evaluación social del proveedor | | Comunidad | | | |
| | | Política pública | Política pública | | Corrupción | | | |
| | | Salud y seguridad de los clientes | Salud y seguridad del cliente | | Contribuciones políticas | | | |
| | | Marketing y etiquetado | Marketing etiquetado y | | Competencia y precios | | | |
| | | privacidad del cliente | Privacidad del cliente | | Salud y seguridad del cliente | | | |
| | | Cumplimientos socioeconómico | Cumplimiento Socioeconómico | | Productos y servicios | | | |
| | | | | | Publicidad | | | |
| | | | | | Respeto a la intimidad | | | |

Anexo 3-B. Matriz de autores para la identificación de indicadores en la estrategia competitiva financiera

• Razones de liquidez

| Santiago y Gamboa (2017) | Ruiz (2017) | Puente et al. (2017) | Córdova (2014) como se citó en Acuña (2018) | Fajardo y Soto (2018) | Trujillo y Martínez (2020) | Barreto (2020) | Game (2020) | Cedeño (2020) | Zapata (2021) |
|-------------------------------------|--------------------|-----------------------------------|---|-------------------------|-----------------------------|---------------------------|--------------------|--------------------|--------------------------------------|
| Capital de trabajo neto | Capital de trabajo | Capital Neto de Trabajo | Capital de trabajo neto | Capital Neta de Trabajo | Razón corriente | Ratio de Liquidez General | Razón corriente | Capital de trabajo | Razón corriente o Índice de liquidez |
| Razón de circulante | Prueba ácida | Razón del Capital de Trabajo Neto | Razón corriente | Razón Corriente | Prueba ácida o de fuego | Prueba Ácida | Capital de trabajo | Liquidez General | Prueba ácida |
| Prueba ácida o prueba severa | | Razón Circulante | Prueba ácida | Razón Rápida | Razón de liquidez inmediata | Capital de trabajo Neto | | | Capital de trabajo neto |
| Conformación del capital de trabajo | | Razón Ácida | Prueba súper ácida | | Capital de trabajo neto | | | | |
| | | Razón Efectivo | | | | | | | |

• Razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento

| Santiago y Gamboa (2017) | Puente et al. (2017) | Fajardo y Soto (2018) | Trujillo y Martínez (2020) | Barreto (2020) | Game (2020) | Cedeño (2020) | Zapata (2021) |
|--|---------------------------------|---------------------------|--|------------------------|------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| Índice de endeudamiento o de capital ajeno | Razón de deuda de Activos | Nivel de Deuda | Razón de endeudamiento de corto plazo | Endeudamiento Total | Endeudamiento del activo | Razón de endeudamiento | Razón del nivel de endeudamiento |
| Índice de capital propio | Razón deuda Patrimonio | Nivel de deuda/patrimonio | Razón de endeudamiento total | Estructura de Capital | Endeudamiento del patrimonio | Calidad de la deuda | Apalancamiento total |
| Índice de pasivo y capital | Apalancamiento Financiero | Cobertura de Intereses | Endeudamiento con entidades financieras | Cobertura de Intereses | Endeudamiento a corto plazo | Razón de Autonomía | |
| Índice de activo fijo y patrimonio | Razón de Cobertura de Intereses | | Apalancamiento total | | Autonomía/Solvencia | | |
| Cobertura de intereses | Razón de Cobertura de Efectivo | | Concentración de endeudamiento en el corto plazo | | | | |
| | Razón de Cobertura de la Deuda | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|----------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | Costo promedio de la deuda | | | | | | |
|--|----------------------------|--|--|--|--|--|--|

- Razones de eficiencia, gestión o actividad**

| Santiago y Gamboa (2017) | Puente et al. (2017) | Ruiz (2017) | Fajardo y Soto (2018) | Trujillo y Martínez (2020) | Barreto (2020) | Cedeño (2020) | Zapata (2021) |
|---|-------------------------------------|------------------------|------------------------------|---|-------------------------------|--------------------------------------|---|
| Rotación del inventario | Rotación del activo | Rotación de inventario | Razón de Cuentas por Cobrar | Rotación de cartera de clientes | Rotación de Cuentas por Pagar | Rotación de inventarios: | Rotación de cuentas por cobrar |
| Rotación de la inversión | Rotación de Inventarios | Rotación de ventas | Periodo promedio de cobro | Rotación de inventario de materias primas | Periodo Promedio de Pago | Rotación de activos totales | Plazo promedio de cobranza |
| Rotación del capital de trabajo | Rotación de Cuentas por Cobrar | Rotación de activos | Rotación de Inventarios | Rotación de activos fijos | Rotación de Activos | El Periodo de cobro o rotación anual | Rotación de inventarios |
| Rotación de activo fijo | Rotación de Cuentas por pagar | | Edad promedio de Inventarios | Rotación de cuentas por pagar proveedores | Rotación de Inventario | Periodos de pagos o rotación anual | Plazo promedio de reposición de inventarios |
| Rotación de cuentas por cobrar de clientes | Ciclo Operativo y Ciclo de Efectivo | | Ciclo Operacional promedio | | | Rotación del capital de trabajo | Rotación de activos totales |
| Plazo promedio de cuentas por cobrar clientes | | | Rotación de Activos totales | | | | |

• **Razones de rendimiento o de Rentabilidad**

| Santiago y Gamboa (2017) | Puente et al. (2017) | Ruiz (2017) | Fajardo y Soto (2018) | Núñez (2018) | Trujillo y Martínez (2020) | Barreto (2020) | Game (2020) | Zapata (2021) |
|--|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---|--|-------------------------------|----------------------------------|---|
| Rendimiento de la inversión | Margen de utilidad | Retorno sobre los activos (ROA) | Margen Bruto | Rentabilidad neta del activo (ROA) | Margen de utilidad bruta | Rentabilidad de Activos (ROA) | Rendimiento del capital (ROE) | Margen neto de utilidad |
| Utilidades por acción | Rendimiento sobre activos (ROA) | | Razón de margen de utilidad neta | Margen bruto | Margen de utilidad operacional | Rendimiento del Capital | Rendimiento de los activos (ROA) | Margen bruto de utilidad sobre ventas |
| Rendimiento del capital propio | Rendimiento sobre Capital (ROE) | | | Margen operacional | Margen neto de utilidad/Beneficio bruto sobre ventas (ROS) | Margen de Utilidad Bruta | | Rentabilidad sobre el capital o ganancia por acción |
| Estados de ingresos y egresos porcentuales | Modelo Du Pont | | | Rentabilidad Neta en ventas (Margen neto) | Rentabilidad sobre inversión (ROI) | Margen de Utilidad Operativa | | Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) |
| Crecimiento de ventas | | | | Rentabilidad operacional del patrimonio | Rentabilidad del patrimonio (ROE) | Margen de Utilidad Neta | | Índice de insolvencia - Modelo Z2 |
| Crecimiento de Utilidades | | | | Rentabilidad financiera (ROE) | Rendimiento del activo total (ROA) | | | |
| | | | | | Sistema Dupont | | | |
| | | | | | Utilidad por Acción (UPA) | | | |
| | | | | | Ciclo de caja | | | |

ANEXO 4

RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL META-ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Anexo 4-A. Aplicación de meta-análisis de información en los indicadores de la RSE.

- Indicadores por autor dimensión económica.**

| N | Indicadores | Rauffet et al. (2017) | Sánchez (2017) | Aciar (2019) | González y Robaina (2014) como se citó en Plata y Antolinez (2021) | Aránzazu (2019) como se citó en Gutiérrez (2021) | Alfaro (2021) | Zaldívar et a. (2021) | Aghemo (2021) | Relación autores | T autores | % |
|----|-----------------------------------|-----------------------|----------------|--------------|--|--|---------------|-----------------------|---------------|------------------|-----------|-------------|
| 1 | Presencia en el mercado | X | | X | X | | X | | X | 5 | 8 | 16% |
| 2 | Impacto económico | X | X | X | X | | | | X | 5 | 8 | 16% |
| 3 | Desempeño económico | | | X | X | | X | | X | 4 | 8 | 13% |
| 4 | Transparencia | | X | | | X | | | | 2 | 8 | 6% |
| 5 | Anticorrupción | | | X | | | | X | X | 3 | 8 | 9% |
| 6 | Resultados financieros | | X | | | | | X | | 2 | 8 | 6% |
| 7 | Prácticas de adquisición | | | X | | X | | | | 2 | 8 | 6% |
| 8 | Competencia desleal | | | X | | | | | X | 2 | 8 | 6% |
| 9 | Propuesta de valor | | | | | X | | X | | 2 | 8 | 6% |
| 10 | Sistema de gestión de proveedores | | | | | X | | X | | 2 | 8 | 6% |
| 11 | Rendición de cuentas | | X | | | | | | | 1 | 8 | 3% |
| 12 | Empleados | | | | | X | | | | 1 | 8 | 3% |
| 13 | Modelo de negocio | | | | | | | X | | 1 | 8 | 3% |
| | Total | 2 | 4 | 6 | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 | 32 | | 100% |

- **Indicadores por autor dimensión ambiental.**

| N | Indicadores | Rauffet et al. (2017) | Sánchez (2017) | Aciar (2019) | Guerrero (2019) | González y Robaina (2014) como se citó en Plata y Antolinez (2021) | Aránzazu (2019) como se citó en Gutiérrez (2021) | Alfaro (2021) | Zaldívar et al. (2021) | Aghemo (2021) | Relación autores | T autores | % |
|--------------|---|-----------------------|----------------|--------------|-----------------|--|--|---------------|------------------------|---------------|------------------|-----------|-------------|
| 1 | Materiales | X | X | X | X | X | X | X | X | X | 9 | 9 | 13% |
| 2 | Energía | X | X | X | X | X | X | X | | X | 8 | 9 | 12% |
| 3 | Agua | X | X | X | X | X | X | X | | X | 8 | 9 | 12% |
| 4 | Biodiversidad | X | X | X | X | X | X | | | X | 7 | 9 | 10% |
| 5 | Emisiones | X | X | X | X | X | X | | | X | 7 | 9 | 10% |
| 6 | Cumplimiento ambiental | X | | X | X | X | X | | X | X | 7 | 9 | 10% |
| 7 | Efluentes y residuos | X | X | X | X | | | X | | X | 6 | 9 | 9% |
| 8 | Productos y servicios | X | X | | | X | X | | | | 4 | 9 | 6% |
| 9 | Transporte | X | | | | X | X | | X | | 4 | 9 | 6% |
| 10 | Evaluación ambiental de los proveedores | | | X | X | | X | | | | 3 | 9 | 4% |
| 11 | General | | | | | X | | | | | 1 | 9 | 1% |
| 12 | Prevención de la contaminación | | | | | | | | X | | 1 | 9 | 1% |
| 13 | Educación y concientización ambiental | | | | | | | | X | | 1 | 9 | 1% |
| 14 | Logística Reversa | | | | | | | | X | | 1 | 9 | 1% |
| Total | | 9 | 7 | 8 | 8 | 9 | 9 | 4 | 6 | 7 | 67 | | 100% |

• **Indicadores por autor dimensión social.**

| N | Indicadores | Rauffet et al. (2017) | Sánchez (2017) | Aciar (2019) | Guerrero (2019) | González y Robaina (2014) como se citó en Plata y Antolínez (2021) | Aránzazu (2019) como se citó en Gutiérrez (2021) | Alfaro (2021) | Zaldívar et al. (2021) | Aghemo (2021) | Relación autores | T autores | % |
|--------------|--|-----------------------|----------------|--------------|-----------------|--|--|---------------|------------------------|---------------|------------------|-----------|--------------|
| 1 | Salud y seguridad en el trabajo | | | X | X | X | X | X | X | X | 7 | 9 | 7% |
| 2 | Formación y educación | | | X | X | X | X | X | X | X | 7 | 9 | 7% |
| 3 | Relaciones empresa/trabajadores | | | X | X | X | X | X | | X | 6 | 9 | 6% |
| 4 | Marketing | | | X | X | X | X | | X | X | 6 | 9 | 6% |
| 5 | Empleo | | | X | X | X | X | | | X | 5 | 9 | 5% |
| 6 | Diversidad e igualdad de oportunidades | | | X | x | X | X | | | X | 5 | 9 | 5% |
| 7 | Evaluación de los derechos humanos | X | X | X | X | | | | X | | 5 | 9 | 5% |
| 8 | Comunidad | X | X | X | X | | X | | | | 5 | 9 | 5% |
| 9 | Salud y seguridad de los clientes | | | X | X | X | X | | | X | 5 | 9 | 5% |
| 10 | Privacidad del cliente | | | X | X | X | X | | | X | 5 | 9 | 5% |
| 11 | No discriminación | | | X | X | | X | | | X | 4 | 9 | 4% |
| 12 | Libertad de asociación y negociación colectiva | | | X | X | | X | | | X | 4 | 9 | 4% |
| 13 | Trabajo infantil | | | X | X | | X | | | X | 4 | 9 | 4% |
| 14 | Prácticas en materia de seguridad de salud | | | X | X | | X | | | X | 4 | 9 | 4% |
| 15 | Cumplimientos socioeconómico | | | X | X | X | | | | X | 4 | 9 | 4% |
| 16 | Responsabilidad sobre productos | X | X | | | | X | | X | | 4 | 9 | 4% |
| 17 | Trabajo forzoso u obligatorio | | | X | X | | X | | | | 3 | 9 | 3% |
| 18 | Derechos de los pueblos indígenas | | | X | X | | X | | | | 3 | 9 | 3% |
| 19 | Evaluación social de los proveedores | | | X | X | | | | X | | 3 | 9 | 3% |
| 20 | Política pública | | | X | X | | X | | | | 3 | 9 | 3% |
| 21 | Ética del trabajo | | X | | | | X | | X | | 3 | 9 | 3% |
| 22 | Prácticas laborales | X | X | | | | | | | | 2 | 9 | 2% |
| 23 | Etiquetado de productos y servicios | | | | | X | | | | | 1 | 9 | 1% |
| 24 | Estrategia y gestión | | | | | | X | | | | 1 | 9 | 1% |
| 25 | Corrupción | | | | | | X | | | | 1 | 9 | 1% |
| 26 | Competencia y precios | | | | | | X | | | | 1 | 9 | 1% |
| 27 | Relacionamiento con el consumidor | | | | | | | | X | | 1 | 9 | 1% |
| Total | | 4 | 5 | 19 | 19 | 10 | 21 | 3 | 8 | 13 | 102 | | 100 % |

Anexo 4-B. Aplicación de meta-análisis de información en los indicadores de la estrategia competitiva financiera

• Indicadores por autor razones de liquidez

| N | Indicadores | Santiago o y Gamboa (2017) | Ruiz (2017) | Puente et al. (2017) | Córdova (2014) como se citó en Acuña (2018) | Fajardo y Soto (2018) | Trujillo y Martínez (2020) | Barreto (2020) | Game (2020) | Cedeño (2020) | Zapata (2021) | Relación autores | T autores | % |
|--------------|--------------------------------------|----------------------------|-------------|----------------------|---|-----------------------|----------------------------|----------------|-------------|---------------|---------------|------------------|-----------|-------------|
| 1 | Capital de trabajo neto | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | 10 | 10 | 31% |
| 2 | Razón corriente o Índice de liquidez | X | | X | X | X | X | X | X | X | X | 9 | 10 | 28% |
| 3 | Prueba acida | X | X | X | X | X | X | X | | | X | 8 | 10 | 25% |
| 4 | Prueba súper acida | | | X | X | | X | | | | | 3 | 10 | 9% |
| 5 | Conformación del capital de trabajo | X | | X | | | | | | | | 2 | 10 | 6% |
| Total | | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 32 | | 100% |

• Indicadores por autor razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento

| N | Indicadores | Santiago y Gamboa (2017) | Puente et al. (2017) | Fajardo y Soto (2018) | Trujillo y Martínez (2020) | Barreto (2020) | Game (2020) | Cedeño (2020) | Zapata (2021) | Relación autores | T autores | % |
|----|------------------------------------|--------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------------|----------------|-------------|---------------|---------------|------------------|-----------|-----|
| 1 | Razón del nivel de endeudamiento | X | X | X | X | X | X | X | X | 8 | 8 | 25% |
| 2 | Cobertura de intereses | X | X | X | | X | | | | 4 | 8 | 13% |
| 3 | Endeudamiento del patrimonio | | X | X | | X | X | | | 4 | 8 | 13% |
| 4 | Apalancamiento | | X | | X | | | | X | 3 | 8 | 9% |
| 5 | Endeudamiento a corto plazo | | | | X | | X | X | | 3 | 8 | 9% |
| 6 | Autonomía/ solvencia | | | | | | X | X | | 2 | 8 | 6% |
| 7 | Índice de capital propio | X | | | | | | | | 1 | 8 | 3% |
| 8 | Índice de pasivo y capital | X | | | | | | | | 1 | 8 | 3% |
| 9 | Índice de activo fijo y patrimonio | X | | | | | | | | 1 | 8 | 3% |
| 10 | Razón de Cobertura de Efectivo | | X | | | | | | | 1 | 8 | 3% |

| | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|---|--------------|
| 11 | Razón de Cobertura de la Deuda | | X | | | | | | | 1 | 8 | 3% |
| 12 | Costo promedio de la deuda | | X | | | | | | | 1 | 8 | 3% |
| 13 | Razón de endeudamiento de corto plazo | | | | X | | | | | 1 | 8 | 3% |
| 14 | Endeudamiento con entidades financieras | | | | X | | | | | 1 | 8 | 3% |
| Total | | 5 | 7 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 32 | | 100 % |

• **Indicadores por autor razones de eficiencia, gestión o actividad**

| N | Indicadores | Santiago y Gamboa (2017) | Ruiz (2017) | Puente et al. (2017) | Fajardo y Soto (2018) | Trujillo y Martínez (2020) | Barreto (2020) | Cedeño (2020) | Zapata (2021) | Relación autores | T autores | % |
|--------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------|----------------------|-----------------------|----------------------------|----------------|---------------|---------------|------------------|-----------|-------------|
| 1 | Rotación de inventarios | X | X | X | X | X | X | X | X | 8 | 8 | 21% |
| 2 | Rotación de activos totales | | X | X | X | | X | X | X | 6 | 8 | 16% |
| 3 | Rotación de cuentas por cobrar | X | | x | X | X | | | X | 5 | 8 | 13% |
| 4 | Periodo promedio de cobro | X | | | X | | | X | X | 4 | 8 | 11% |
| 5 | Rotación de Cuentas por pagar | | | X | | X | X | | | 3 | 8 | 8% |
| 6 | Rotación del capital de trabajo | X | | | | | | X | | 2 | 8 | 5% |
| 7 | Rotación de activo fijo | X | | | | X | | | | 2 | 8 | 5% |
| 8 | Ciclo Operativo y Ciclo de Efectivo | | | X | X | | | | | 2 | 8 | 5% |
| 9 | Edad promedio de Inventarios | | | | X | | | | X | 2 | 8 | 5% |
| 10 | Periodo Promedio de Pago | | | | | | X | X | | 2 | 8 | 5% |
| 11 | Rotación de la inversión | X | | | | | | | | 1 | 8 | 3% |
| 12 | Rotación de ventas | | X | | | | | | | 1 | 8 | 3% |
| Total | | 6 | 3 | 5 | 6 | 4 | 4 | 5 | 5 | 38 | | 100% |

- Indicadores por autor razones de rendimiento o de rentabilidad

| N | Indicadores | Santiago y Gamboa (2017) | Puente et al. (2017) | Ruiz (2017) | Fajardo y Soto (2018) | Núñez (2018) | Trujillo y Martínez (2020) | Barreto (2020) | Game (2020) | Zapata (2021) | Relación autores | T autores | % |
|--------------|--|--------------------------|----------------------|-------------|-----------------------|--------------|----------------------------|----------------|-------------|---------------|------------------|-----------|-------------|
| 1 | Rentabilidad del patrimonio (ROE) | X | X | | | X | X | X | X | X | 7 | 9 | 18% |
| 2 | Rentabilidad de Activos (ROA) | | X | X | | X | X | X | X | | 6 | 9 | 15% |
| 3 | Rentabilidad neta en ventas(Margen neto) | | X | | X | X | | X | | X | 5 | 9 | 13% |
| 4 | Margen Bruto | | | | X | X | X | X | | X | 5 | 9 | 13% |
| 5 | Margen operacional | | | | | X | X | X | | | 3 | 9 | 8% |
| 6 | Utilidad por Acción (UPA) | X | | | | | X | | | X | 3 | 9 | 8% |
| 7 | Rentabilidad sobre inversión (ROI) | X | | | | | X | | | | 2 | 9 | 5% |
| 8 | Modelo Du Pont | | X | | | | X | | | | 2 | 9 | 5% |
| 9 | Estados de ingresos y egresos porcentuales | X | | | | | | | | | 1 | 9 | 3% |
| 10 | Crecimiento de ventas | X | | | | | | | | | 1 | 9 | 3% |
| 11 | Crecimiento de Utilidades | X | | | | | | | | | 1 | 9 | 3% |
| 12 | Rentabilidad operacional del patrimonio | | | | | X | | | | | 1 | 9 | 3% |
| 13 | Margen neto de utilidad/Beneficio bruto sobre ventas (ROS) | | | | | | X | | | | 1 | 9 | 3% |
| 14 | Ciclo de caja | | | | | | X | | | | 1 | 9 | 3% |
| 15 | Índice de insolvencia - Modelo Z2 | | | | | | | | | X | 1 | 9 | 3% |
| Total | | 6 | 4 | 1 | 2 | 6 | 9 | 5 | 2 | 5 | 40 | | 100% |

ANEXO 5

SELECCIÓN DE INDICADORES RSE Y ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA, EVALUACIÓN A EXPERTOS

ASISERVY S.A

TEMA: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY S.A.

La presente ficha de evaluación tiene como objetivo de recopilar su criterio y punto de vista como equipo de experto seleccionado, con respecto a la selección de indicadores de la RSE y estrategia competitiva financiera a establecer en el proceso de evaluación en la empresa ASISERVY S.A.

Se requiere marcar con una **(x)** la opción y criterio que considere correcto en cada uno de los indicadores:

SI = Los indicadores son importantes y relevantes en la investigación

NO = Los indicadores no son importantes y relevantes en la investigación

RSE

| N | Indicadores | SI | NO |
|----------------------------|---|----|----|
| Dimensión económica | | | |
| 1 | Presencia en el mercado | | |
| 2 | Impacto económico | | |
| 3 | Desempeño económico | | |
| 4 | Transparencia | | |
| 5 | Anticorrupción | | |
| 6 | Resultados financieros | | |
| 7 | Prácticas de adquisición | | |
| 8 | Competencia desleal | | |
| 9 | Propuesta de valor | | |
| 10 | Sistema de gestión de proveedores | | |
| 11 | Rendición de cuentas | | |
| 12 | Empleados | | |
| 13 | Modelo de negocio | | |
| Dimensión ambiental | | | |
| 1 | Materiales | | |
| 2 | Energía | | |
| 3 | Agua | | |
| 4 | Biodiversidad | | |
| 5 | Emisiones | | |
| 6 | Cumplimiento ambiental | | |
| 7 | Efluentes y residuos | | |
| 8 | Productos y servicios | | |
| 9 | Transporte | | |
| 10 | Evaluación ambiental de los proveedores | | |
| 11 | General | | |
| 12 | Prevención de la contaminación | | |
| 13 | Educación y concientización ambiental | | |
| 14 | Logística Reversa | | |
| Dimensión social | | | |
| 1 | Salud y seguridad en el trabajo | | |
| 2 | Formación y educación | | |

| | | | |
|----|--|--|--|
| 3 | Relaciones empresa/trabajadores | | |
| 4 | Marketing | | |
| 5 | Empleo | | |
| 6 | Diversidad e igualdad de oportunidades | | |
| 7 | Evaluación de los derechos humanos | | |
| 8 | Comunidad | | |
| 9 | Salud y seguridad de los clientes | | |
| 10 | Privacidad del cliente | | |
| 11 | No discriminación | | |
| 12 | Libertad de asociación y negociación colectiva | | |
| 13 | Trabajo infantil | | |
| 14 | Prácticas en materia de seguridad de salud | | |
| 15 | Cumplimientos socioeconómico | | |
| 16 | Responsabilidad sobre productos | | |
| 17 | Trabajo forzoso u obligatorio | | |
| 18 | Derechos de los pueblos indígenas | | |
| 19 | Evaluación social de los proveedores | | |
| 20 | Política pública | | |
| 21 | Ética del trabajo | | |
| 22 | Prácticas laborales | | |
| 23 | Etiquetado de productos y servicios | | |
| 24 | Estrategia y gestión | | |
| 25 | Corrupción | | |
| 26 | Competencia y precios | | |
| 27 | Relacionamiento con el consumidor | | |

ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA

| N | Indicadores | SI | NO |
|--|---|----|----|
| Razones de liquidez | | | |
| 1 | Capital de trabajo neto | | |
| 2 | Razón corriente o Índice de liquidez | | |
| 3 | Prueba acida | | |
| 4 | Prueba súper acida | | |
| 5 | Conformación del capital de trabajo | | |
| Razones de solvencia, de adeudamiento o de apalancamiento | | | |
| 1 | Razón del nivel de endeudamiento | | |
| 2 | Cobertura de intereses | | |
| 3 | Endeudamiento del patrimonio | | |
| 4 | Apalancamiento | | |
| 5 | Endeudamiento a corto plazo | | |
| 6 | Autonomía/ solvencia | | |
| 7 | Índice de capital propio | | |
| 8 | Índice de pasivo y capital | | |
| 9 | Índice de activo fijo y patrimonio | | |
| 10 | Razón de Cobertura de Efectivo | | |
| 11 | Razón de Cobertura de la Deuda | | |
| 12 | Costo promedio de la deuda | | |
| 13 | Razón de endeudamiento de corto plazo | | |
| 14 | Endeudamiento con entidades financieras | | |
| Razones de eficiencia, gestión o actividad | | | |
| 1 | Rotación de inventarios | | |
| 2 | Rotación de activos totales | | |
| 3 | Rotación de cuentas por cobrar | | |
| 4 | Periodo promedio de cobro | | |
| 5 | Rotación de Cuentas por pagar | | |

| | | | |
|---|---|--|--|
| 6 | Rotación del capital de trabajo | | |
| 7 | Rotación de activo fijo | | |
| 8 | Ciclo Operativo y Ciclo de Efectivo | | |
| 9 | Edad promedio de Inventarios | | |
| 10 | Periodo Promedio de Pago | | |
| 11 | Rotación de la inversión | | |
| 12 | Rotación de ventas | | |
| Razones de rendimiento o de rentabilidad | | | |
| 1 | Rentabilidad del patrimonio (ROE) | | |
| 2 | Rentabilidad de Activos (ROA) | | |
| 3 | Rentabilidad neta en ventas(Margen neto) | | |
| 4 | Margen Bruto | | |
| 5 | Margen operacional | | |
| 6 | Utilidad por Acción (UPA) | | |
| 7 | Rentabilidad sobre inversión (ROI) | | |
| 8 | Modelo Du Pont | | |
| 9 | Estados de ingresos y egresos porcentuales | | |
| 10 | Crecimiento de ventas | | |
| 11 | Crecimiento de Utilidades | | |
| 12 | Rentabilidad operacional del patrimonio | | |
| 13 | Margen neto de utilidad/Beneficio bruto sobre ventas (ROS) | | |
| 14 | Ciclo de caja | | |
| 15 | Índice de insolvencia - Modelo Z2 | | |

ANEXO 6

Selección de preguntas por indicadores mediante fuentes bibliográficas

| Dimensión económica | | |
|--------------------------|---|--|
| Autor | N | Desempeño económico |
| Vidal (2020); | 1 | La empresa se preocupa por obtener el máximo beneficio de su actividad |
| | 2 | La empresa busca obtener un crecimiento económico a largo plazo |
| | 3 | La empresa invierte el capital de manera correcta |
| | 4 | La empresa se preocupa por controlar sus costos de operación de manera eficiente |
| Sánchez (2022) | 5 | Se cuenta con balance de costos y gastos anual. Así como de ingresos por apoyos recibidos o donaciones realizadas |
| Torres (2021) | 6 | Valor económico directo generado y distribuido |
| | 7 | Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación |
| | 8 | Asistencia financiera recibida del gobierno |
| Guambo (2018) | 9 | La empresa paga sus impuestos de forma regular y continua |
| Autor | N | Transparencia |
| Moreno y Silva (2021) | 1 | La empresas publica sus procesos de control de calidad a sus públicos |
| | 2 | La empresas muestra apertura a la información hacia los públicos |
| | 3 | La empresa desarrolla acciones de visitas guiadas a sus públicos para aclarar sus dudas sobre los productos utilizados |
| | 4 | las empresas promueve la participación de sus trabajadores en las acciones de proyección social |
| Vidal (2020) | 5 | ¿La empresa se preocupa por brindar información clara y veraz a todas sus partes interesadas sobre los servicios que presta? |
| Huaman (2022) | 6 | En el portal de transparencia publica los movimientos e inversiones que realiza |
| | 7 | Ejecuta y pública la rendición de cuentas del manejo de recursos conforme a ley |
| Caldera y Barrios (2019) | 8 | Muestra la empresa transparencia en la información que presenta acerca de la gestión y sus resultados |
| | 9 | Ha demostrado la entidad que la información presentada esta sin artificios contables que oculten la imagen fiel de la situación de la empresa. |
| Autor | N | Anticorrupción |
| Rosero (2016) | 1 | La empresa realiza controles para evitar la ocurrencias de corrupción |
| | 2 | La empresa capacita a sus empleados sobre los temas de integridad y combate a la corrupción |
| | 3 | La empresa opera canales de denuncia que son eficientes a la hora de resolver hechos ocurridos |
| | 4 | La empresa posee un procedimiento de verificación de denuncias y de sanciones en el caso de hechos comprobados |
| | 5 | La empresa posee una área específica para el tratamiento de cuestiones éticas y de corrupción |
| Sánchez (2022) | 6 | Se tiene políticas o practicas anticorrupción establecidas en la empresa |
| Torres (2021) | 7 | Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción |
| | 8 | Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción |
| | 9 | Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas |
| Autor | N | Resultados financieros |
| Almeida y Andrade (2022) | 1 | Cumple anualmente con la presentación de sus estados financieros ante la SUPERCIAS |
| Sánchez (2019) | 2 | Emplea herramientas adecuadas |
| | 3 | Hace uso de datos confiables |
| | 4 | La persona a cargo de la información financiera maneja con responsabilidad |
| | 5 | Llevan un registro de su liquidez, rentabilidad, endeudamiento, cobertura y actividad operativa |
| Autor | N | Competencia desleal |
| Sánchez (2022) | 1 | Se tiene políticas o practicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia |

| | | |
|----------------------------|----------|---|
| Torres (2021) | 2 | Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia |
| Guambo (2018) | 3 | La participación de la empresa en relación a la competencia en el mercado es leal |
| | 4 | Son adecuados la política sobre competencia desleal referente a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, fiscalización de productos. |
| | 5 | La empresa apoya a la creación de políticas publica alineadas a su estrategia de prohibir la competencia desleal |
| Dimensión ambiental | | |
| Autor | N | Materiales |
| Sánchez (2022) | 1 | Se utilizan materias primas |
| | 2 | Se reciclan los residuos |
| Torres (2021) | 3 | Materiales utilizados por peso o volumen |
| | 4 | Insumos reciclados |
| | 5 | Productos reutilizados y materiales de envasado |
| Rosero (2016) | 6 | La empresa realiza iniciativas puntuales para reducción de materiales |
| | 7 | la empresa realiza campañas con los empleados, por ejemplo, reducción de impresiones, reutilización de vasos descartables, entre otros, buscando la disminución del consumo de materiales |
| | 8 | La empresa vende o entrega residuos a terceras empresas, que los utilizan como insumos en sus procesos. |
| | 9 | La empresa establece metas e indicadores de reducción del consumo de materiales que deben ser atendidos por su cadena de valor |
| Autor | N | Energía |
| Sánchez (2022) | 1 | Se tiene un programa para reducción del consumo de energía, cualquiera sea la fuente |
| Torres (2021) | 2 | Consumo energético dentro de la organización |
| | 3 | Consumo energético fuera de la organización |
| | 4 | Reducción del consumo energético |
| | 5 | Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios |
| | 6 | Cuenta con ventanas de vidrio que permiten el ingreso de la luz natural y viento para la ventilación, generando un ahorro de energía |
| Cevallos (2021) | 7 | Hace uso de iluminación led, sensores de movimiento y paneles solares para reducir el consumo de energía |
| | 8 | Utiliza aparatos electrónicos de máxima eficiencia energética |
| | 9 | El personal monitorea el consumo de energía, desconectando aparatos electrónicos para evitar el consumo de energía innecesario |
| Autor | N | Agua |
| Sánchez (2022) | 1 | El agua es una materia prima dentro de los procesos de la empresa |
| | 2 | Se tiene programa o acciones para el ahorro en consumo de agua. |
| Torres (2021) | 3 | Extracción de agua |
| | 4 | Interacción con el agua como recurso compartido |
| | 5 | Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua |
| | 6 | Vertidos de agua |
| | 7 | Consumo de agua |
| Cevallos (2021) | 8 | Realiza acciones de prevención sobre fugas de agua |
| | 9 | En los baños se cuenta con una instalación de grifos con temporizador de flujo, inodoros de doble descarga y duchas de bajo consumo |
| | 10 | Tiene implementado un sistema de medición de consumo de agua |
| Autor | N | Efluentes y residuos |
| Sánchez (2022) | 1 | En la empresa se generan aguas residuales |
| | 2 | Se tratan las aguas vertidas |
| | 3 | La empresa genera algún tipo de residuos en su proceso |
| | 4 | Tratamiento realizado a los residuos |
| Torres (2021) | 5 | Vertido de aguas en función de su calidad y destino |
| | 6 | Residuos por tipo y método de eliminación |
| | 7 | Derrames significativos |
| | 8 | Transporte de residuos peligrosos |
| | 9 | Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías |

| | | |
|--------------------------|--------------|---|
| Cevallos (2021) | 10 | Clasifica los residuos según las características, materiales o tratamientos a los que pueden ser sometidos |
| | 11 | Utiliza contenedores de reciclaje en las habitaciones y áreas comunes |
| | 12 | Dispone de aparatos electrónicos de larga vida útil para evitar la generación de residuos |
| | 13 | Reutiliza el agua pluvial o aguas residuales para el riego de zonas verdes de la empresa |
| Autor | N | Educación y concientización ambiental |
| Cevallos (2021) | 1 | Cuentan con reconocimientos o certificaciones medioambientales |
| | 2 | Mantienen un nivel de comunicación eco amigable con sus clientes, mediante la concientización de prácticas verdes |
| | 3 | Realizan campañas de concientización sobre el medio ambiente por medios físicos y/o digitales |
| | 4 | se evidencia un personal capacitado referente a las prácticas verdes |
| Rosero (2016) | 5 | La empresa promueve eventos puntuales para promover la educación y la concientización ambiental |
| | 6 | La empresa estimula a su cadena de valor a realizar campañas, y talleres de concientización y educación ambiental |
| | 7 | La empresa cuenta con un programa continuo de educación y concientización ambiental, buscando el mayor compromiso y concientización del público interno |
| | 8 | La empresa realiza acciones internas de educación ambiental, por ejemplo, campañas para la reducción del consumo de energía |
| Dimensión social | | |
| Autor | N | Empleo |
| Sánchez (2022) | 1 | La empresa busca mantener a los mismos empleados y que la rotación sea baja |
| Torres (2021) | 2 | Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal |
| | 3 | Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales |
| | 4 | Permiso parental |
| Vidal (2020) | 5 | La empresa realiza inversiones para crear oportunidades de empleo para las futuras generaciones? |
| Caldera y Barrios (2019) | 6 | La empresa proporciona empleo directo a los habitantes de la comunidad local |
| Autor | N | Salud y seguridad en el trabajo |
| Sánchez (2022) | 1 | La empresa cuenta con un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo acorde a la normatividad |
| Torres (2021) | 2 | Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes |
| | 3 | Servicios de salud en el trabajo |
| | 4 | Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo |
| | 5 | Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo |
| | 6 | Dolencias y enfermedades laborales |
| | 7 | Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo |
| | 8 | La empresa es reconocida por sus buenas prácticas en salud y seguridad |
| Rosero (2016) | 9 | La empresa ofrece programas de prevención y tratamiento para la dependencia de alcohol y drogas |
| | 10 | Se evalúan los puestos de trabajo frecuentemente para considerar si cumplen con los requerimientos establecidos legalmente |
| Caldera y Barrios (2019) | 11 | Realiza oportunamente la empresa exámenes médicos a los trabajadores para ver como esta su estado de salud |
| | Autor | N |
| Sánchez (2022) | 1 | Se tiene un programa de formación para los empleados |
| Torres (2021) | 2 | Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición |
| | 3 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional |
| Guambo (2018) | 4 | La empresa apoya a los empleados que desean continuar sus estudios, facilitando el tiempo necesario para ello |
| Rosero (2016) | 5 | La empresa ofrece entrenamiento para todos los niveles jerárquicos |
| | 6 | La empresa promueve entrenamientos específicos pasantes |

| | | |
|----------------------|----------|---|
| | 7 | La empresa cuenta con una política transparente y consolida becas de estudio |
| | 8 | La empresa ofrece programas que contribuyen a la erradicación del analfabetismo |
| | 9 | La empresa contrata aprendices siguiendo la legislación específica para ellos |
| | 10 | La empresa capacita a sus empleados para el ejercicio de la función asignada |
| Autor | N | Comunidad |
| Sánchez (2022) | 1 | Se tienen operaciones con participación de la comunidad local |
| | 2 | Se han identificado operaciones con impactos negativos significativos – reales y potenciales– en las comunidades locales |
| Guambo (2018) | 3 | La empresa apoya campañas y proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad |
| Tamayo y Loor (2017) | 4 | Promueve y apoya la educación en todos los niveles e involucra acciones que mejoren la calidad de la misma |
| | 5 | Organiza proyectos y programas que incluyan a personas de la comunidad y voluntarios a ser partícipes buscando un beneficio mancomunado |
| | 6 | cuenta con alianzas o convenios con establecimientos de alquiler de bicicletas, tablas de surf, equipos de buceo/snorkel, para brindar a sus clientes servicios complementarios |
| | 7 | Apoya de alguna manera su establecimiento a grupos de la localidad (tercera edad, clubes, guarderías). |
| Autor | N | Salud y seguridad de los clientes |
| Sánchez (2022) | 1 | Se ha realizado evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios |
| | 2 | Se han presentado casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios |
| Tamayo y Loor (2017) | 3 | Considera que en sus instalaciones y en el servicio que presta en general el cliente gozará de la completa protección y seguridad que se merece |
| | 4 | Cuenta también con instalaciones dentro de su establecimiento dedicado exclusivamente para personas discapacitadas. |
| | 5 | Se informa al cliente sobre riesgos relacionados con la obtención del servicio y/o cualquiera otra precaución |
| Rosero (2016) | 6 | La empresa cuenta con un programa especial que hace foco en la salud y seguridad del consumidor/ cliente de sus productos o servicios, abriéndoles canales de comunicación para recibir la sugerencia de mejora |
| | 7 | La empresa lleva a cabo procedimientos de retiro de productos del mercado que pueden generar daño o peligro para la salud de clientes, consumidores y/o usuarios |
| Autor | N | Trabajo infantil |
| Sánchez (2022) | 1 | Se ha identificado operaciones o proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil |
| Rosero (2016) | 2 | La empresa participa con frecuencia de foros y eventos que abordan aspectos relacionados con el trabajo infantil |
| | 3 | La empresa repudia en su código de conducta la explotación del trabajo infantil |
| | 4 | La empresa busca concientizar a su público interno sobre el trabajo infantil y / o apoya campañas públicas sobre el asunto |
| | 5 | En sus contratos con proveedores la empresa incluye cláusulas específicas sobre el trabajo infantil |
| | 6 | La empresa cuenta con una matriz de riesgo para monitorear la posibilidad de trabajo infantil en su operación y cadena de abastecimiento |
| | 7 | La empresa moviliza a la sociedad en el rol de la erradicación del trabajo infantil, participando y motivando a asociaciones |

ANEXO 7

EVALUACIÓN DE EXPERTOS (ITEMS DE LA ENCUESTA DE RSE)

ASISERVY S.A

Dando como resultado seleccionados como parte del equipo de expertos, le agradecemos gratamente por el tiempo brindado a calificar y ponderar este instrumento ya que su aporte es importante para evaluar la RSE en ASISERVY S.A como base de su estrategia competitiva financiera.

| CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | |
|-------------------------|----------------------|---|
| N | CRITERIO | PREGUNTA |
| 1 | Claridad | ¿La redacción de la pregunta es clara y precisa? |
| 2 | Congruencia | ¿La redacción de la pregunta es congruente y se relaciona con la finalidad del estudio? |
| 3 | Contexto | ¿La redacción de la pregunta es adecuada? |
| 4 | Dominio del contexto | ¿La redacción de la pregunta está dentro del contexto de la dimensiones a evaluar? |

EJEMPLO:

| Ítems | Claridad | Congruencia | Contexto | Dominio del contexto |
|--|----------|-------------|----------|----------------------|
| Dimensión económica de la RSE | | | | |
| Anticorrupción | | | | |
| 2. La empresa realiza controles para evitar la ocurrencias de corrupción | X | | X | X |

De acuerdo a su criterio, marque con una (x) **SI CUMPLE EL CRITERIO**

| Ítems | Claridad | Congruencia | Contexto | Dominio del contexto |
|--|----------|-------------|----------|----------------------|
| Dimensión Económica de la RSE | | | | |
| Desempeño económico | | | | |
| 1. La empresa se preocupa por obtener el máximo beneficio de su actividad | X | X | X | X |
| 2. La empresa busca obtener un crecimiento económico a largo plazo | X | | | |
| 3. La empresa invierte el capital de manera correcta | X | | | |
| 4. La empresa se preocupa por controlar sus costos de operación de manera eficiente | | | | |
| 5. la empresa cuenta con balance de costos y gastos anual. Así como de ingresos por apoyos recibidos o donaciones realizadas | X | X | X | X |
| 6. la empresa genera y distribuye valor económico directo | | | | |
| 7. la empresa cumple con las obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación | | | | |
| 8. la empresa recibe asistencia financiera por parte del gobierno | X | | | |
| 9. La empresa paga sus impuestos de forma regular y continua | X | X | X | X |
| Transparencia | | | | |
| 1. La empresa publica sus procesos de control de calidad a su público | X | | | |
| 2. La empresa muestra apertura a la información hacia su público | X | X | X | X |
| 3. La empresa desarrolla acciones de visitas guiadas a su público para aclarar sus dudas sobre los productos utilizados | X | | | |
| 4. La empresa promueve la participación de sus trabajadores en las acciones de proyección social | X | | | |
| 5. La empresa se preocupa por brindar información clara y veraz a todas sus partes interesadas sobre los servicios que presta. | X | | X | |
| 6. En el portal de transparencia la empresa pública los movimientos e inversiones que realiza | X | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 7. la empresa ejecuta y pública la rendición de cuentas del manejo de recursos conforme a ley | X | X | X | X |
| 8.Muestra la empresa transparencia en la información que presenta acerca de la gestión y sus resultados | X | | | |
| 9. Ha demostrado la empresa que la información presentada esta sin artificios contables que oculten la imagen fiel de la situación de la empresa. | X | X | X | X |
| Anticorrupción | | | | |
| 1.La empresa realiza controles para evitar la ocurrencias de corrupción | X | | | |
| 2.La empresa capacita a sus empleados sobre los temas de integridad y combate a la corrupción | X | X | X | X |
| 3.La empresa opera canales de denuncia que son eficientes a la hora de resolver hechos ocurridos | X | | | |
| 4.La empresa posee un procedimiento de verificación de denuncias y de sanciones en el caso de hechos comprobados | X | X | X | X |
| 5.La empresa posee una área específica para el tratamiento de cuestiones éticas y de corrupción | X | | | |
| 6.Se tiene políticas o practicas anticorrupción establecidas en la empresa | X | X | X | X |
| 7.La empresa realiza operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción | X | | | |
| 8.La empresa ejecuta la Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | X | | | |
| 9. En Casos de corrupción confirmados, la empresa ha tomado las medidas necesaria | X | | | |
| Resultados financieros | | | | |
| 1.La empresa cumple anualmente con la presentación de sus estados financieros ante la SUPERCIAS | X | X | X | X |
| 2.La empresa emplea herramientas adecuadas | X | | | |
| 3.La empresa hace uso de datos confiables | X | | | |
| 4.dentro de la empresa ,la persona a cargo de la información financiera maneja con responsabilidad | X | X | X | X |
| 5. la empresa lleva un registro de su liquidez, rentabilidad, endeudamiento, cobertura y actividad operativa | X | X | X | X |
| Competencia desleal | | | | |
| 1.La empresa tiene políticas o practicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | X | X | X | X |
| 2. La empresa emplea acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | X | | | |
| 3.La participación de la empresa en relación a la competencia en el mercado es leal | X | | | |
| 4. Dentro de la empresa son adecuada la política sobre competencia desleal referente a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, fiscalización de productos. | X | X | X | X |
| 5.La empresa apoya a la creación de políticas publica alineadas a su estrategia de prohibir la competencia desleal | X | | | |
| Dimensión ambiental de la RSE | | | | |
| Materiales | | | | |
| 1.la empresa utiliza materias primas | X | | | |
| 2. En la empresa se reciclan los residuos | X | | | |
| 3.En la empresa los Materiales utilizados se adquieren por peso o volumen | X | | | |
| 4. La empresa emplea insumos reciclados | X | | | |
| 5.En la empresa toma productos reutilizados y materiales de envasado | X | | | |
| 6.La empresa realiza iniciativas puntuales para reducción de materiales | X | | | |
| 7.La empresa realiza campañas con los empleados, por ejemplo, reducción de impresiones, reutilización de vasos descartables, entre otros, buscando la disminución del consumo de materiales | X | X | X | X |
| 8. La empresa vende o entrega residuos a terceras empresas, que los utilizan como insumos en sus procesos. | X | X | X | X |
| 9.La empresa establece metas e indicadores de reducción del consumo de materiales que deben ser atendidos por su cadena de valor | X | X | X | X |

| Energía | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1.La empresa tiene un programa para la reducción del consumo de energía, cualquiera sea la fuente | X | X | X | X |
| 2.La empresa es consciente del consumo energético dentro de la organización | X | | | |
| 3.La empresa es consciente del consumo energético fuera de la organización | X | | | |
| 4. La empresa reduce el consumo energético | X | | | |
| 5. la empresa emplea la reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios | X | | | |
| 6. La empresa cuenta con ventanas de vidrio que permiten el ingreso de la luz natural y viento para la ventilación, generando un ahorro de energía | X | X | X | X |
| 7. La empresa hace uso de iluminación led, sensores de movimiento y paneles solares para reducir el consumo de energía | X | | | |
| 8.la empresa utiliza aparatos electrónicos de máxima eficiencia energética | X | X | X | X |
| 9.El personal de la empresa monitorea el consumo de energía, desconectando aparatos electrónicos para evitar el consumo de energía innecesario | X | | X | |
| Agua | | | | |
| 1.El agua es una materia prima dentro de los procesos de la empresa | | | | |
| 2. la empresa tiene programa o acciones para el ahorro en consumo de agua. | X | | | |
| 3.La empresa emplea la extracción de agua | | | | |
| 4.La empresa interactúa con el agua como recurso compartido | X | | | |
| 5.La empresa gestiona los impactos relacionados con los vertidos de agua | X | | | |
| 6.La empresa se preocupa por los vertidos de agua | | | | |
| 7 la empresa toma en cuenta el consumo de agua | | | | |
| 8.La empresa realiza acciones de prevención sobre fugas de agua | X | X | X | X |
| 9.En los baños de la empresa se cuenta con una instalación de grifos con temporizador de flujo, inodoros de doble descarga y duchas de bajo consumo | X | X | X | X |
| 10. la empresa tiene implementado un sistema de medición de consumo de agua | X | X | X | X |
| Efluentes y residuos | | | | |
| 1.En la empresa se generan aguas residuales | X | | | |
| 2. En la empresa se tratan las aguas vertidas | | | | |
| 3.La empresa genera algún tipo de residuos en su proceso | X | | | |
| 4.la empresa realiza un tratamiento a los residuos | X | | | |
| 5.La empresa emplea acciones a los vertido de aguas en función de su calidad y destino | X | | | |
| 6. La empresa realiza los residuos por tipo y método de eliminación | X | | | |
| 7. La empresa toma en consideración los derrames significativos | X | | | |
| 8.La empresa emplea acciones en los transporte de residuos peligrosos | X | X | X | X |
| 9. la empresa toma en cuenta los cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías | X | X | X | X |
| 10.La empresa clasifica los residuos según las características, materiales o tratamientos a los que pueden ser sometidos | X | X | X | X |
| 11. La empresa utiliza contenedores de reciclaje en las habitaciones y áreas comunes | X | X | X | X |
| 12. La empresa dispone de aparatos electrónicos de larga vida útil para evitar la generación de residuos | X | X | X | X |
| 13. la empresa reutiliza el agua pluvial o aguas residuales para el riego de zonas verdes dentro de la organización. | X | | X | |
| Educación y concientización ambiental | | | | |
| 1.La empresa cuentan con reconocimientos o certificaciones medioambientales | X | X | X | X |
| 2. La empresa mantiene un nivel de comunicación eco amigable con sus clientes, mediante la concientización de prácticas verdes | X | X | | |
| 3.La empresa realiza campañas de concientización sobre el medio ambiente por medios físicos y/o digitales | X | X | X | X |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| 4. Dentro de la empresa se evidencia un personal capacitado referente a las prácticas verdes | X | | | |
| 5. La empresa promueve eventos puntuales para promover la educación y la concientización ambiental | X | | | |
| 6. La empresa estimula a su cadena de valor a realizar campañas, y talleres de concientización y educación ambiental | X | | | |
| 7. La empresa cuenta con un programa continuo de educación y concientización ambiental, buscando el mayor compromiso y concientización del público interno | X | X | X | X |
| 8. La empresa realiza acciones internas de educación ambiental, por ejemplo, campañas para la reducción del consumo de energía | X | | | |
| Dimensión Social de la RSE | | | | |
| Empleo | | | | |
| 1. La empresa busca mantener a los mismos empleados y que la rotación sea baja | | | | |
| 2. La empresa desarrolla nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | X | X | X | X |
| 3. La empresa realiza prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | X | | | |
| 4. La empresa otorga permiso parental a sus empleados | X | X | X | X |
| 5. La empresa realiza inversiones para crear oportunidades de empleo para las futuras generaciones | X | X | X | X |
| 6. La empresa proporciona empleo directo a los habitantes de la comunidad local | X | | | |
| Salud y seguridad en el trabajo | | | | |
| 1. La empresa cuenta con un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo acorde a la normatividad | X | X | X | X |
| 2. La empresa promueve la Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes | X | X | | |
| 3. La empresa brinda servicios de salud en el trabajo | X | X | X | X |
| 4. La empresa se preocupa por la formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo | X | | | |
| 5. La empresa lleva cabo la participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo | X | X | | |
| 6. La empresa brinda apoyo en caso de dolencias y enfermedades laborales | X | X | X | X |
| 7. Los trabajadores de la empresa se encuentran cubiertos por un sistema de gestión de la salud y de seguridad en el trabajo | X | X | | |
| 8. La empresa es reconocida por sus buenas prácticas en salud y seguridad | X | | | |
| 9. La empresa ofrece programas de prevención y tratamiento para la dependencia de alcohol y drogas | X | | | |
| 10. Dentro de la empresa se evalúan los puestos de trabajo frecuentemente para considerar si cumplen con los requerimientos establecidos legalmente | X | | | |
| 11. La empresa realiza oportunamente exámenes médicos a los trabajadores para ver como está su estado de salud | X | X | X | X |
| Formación y educación | | | | |
| 1. La empresa tiene un programa de formación para los empleados | X | X | | |
| 2. La empresa emplea programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | X | X | X | X |
| 3. La empresa mide el porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | X | | | |
| 4. La empresa apoya a los empleados que desean continuar sus estudios, facilitando el tiempo necesario para ello | X | X | X | X |
| 5. La empresa ofrece entrenamiento para todos los niveles jerárquicos | X | | | |
| 6. La empresa promueve entrenamientos específicos pasantes | X | X | X | X |
| 7. La empresa cuenta con una política transparente y consolidada de becas de estudio | X | | | |
| 8. La empresa ofrece programas que contribuyen a la erradicación del analfabetismo | X | | | |
| 9. La empresa contrata aprendices siguiendo la legislación específica para ellos | X | X | X | X |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 10.La empresa capacita a sus empleados para el ejercicio de la función asignada | X | X | | |
| Comunidad | | | | |
| 1.La empresa tiene operaciones con participación de la comunidad local | X | | | |
| 2.Dentro de la empresa se han identificado operaciones con impactos negativos significativos – reales y potenciales– en las comunidades locales | X | | | |
| 3.La empresa apoya campañas y proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad | X | X | X | X |
| 4.La empresa promueve y apoya la educación en todos los niveles e involucra acciones que mejoren la calidad de la misma | X | X | X | X |
| 5.La empresa organiza proyectos y programas que incluyan a personas de la comunidad y voluntarios a ser partícipes buscando un beneficio mancomunado | X | X | | |
| 6.La empresa cuenta con alianzas o convenios con establecimientos de alquiler de bicicletas, tablas de surf, equipos de buceo/snorkel, para brindar a sus clientes servicios complementarios | X | X | | |
| 7. La empresa apoya de alguna manera su establecimiento a grupos de la localidad (tercera edad, clubes, guarderías). | X | X | X | X |
| Salud y seguridad de los clientes | | | | |
| 1.Dentro de la empresa se ha realizado evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios | X | | | |
| 2.En la empresa se han presentado casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios | X | | | |
| 3. La empresa considera que en sus instalaciones y en el servicio que presta en general el cliente gozará de la completa protección y seguridad que se merece | X | X | X | X |
| 4. La empresa cuenta también con instalaciones dentro de su establecimiento dedicado exclusivamente para personas discapacitadas. | X | X | | |
| 5. La empresa informa al cliente sobre riesgos relacionados con la obtención del servicio y/o cualquiera otra precaución | X | | | |
| 6.La empresa cuenta con un programa especial que hace foco en la salud y seguridad del consumidor/ cliente de sus productos o servicios, abriéndoles canales de comunicación para recibir la sugerencia de mejora | X | X | X | X |
| 7.La empresa lleva a cabo procedimientos de retiro de productos del mercado que pueden generar daño o peligro para la salud de clientes, consumidores y/o usuarios | X | X | X | X |
| Trabajo infantil | | | | |
| 1.En la empresa se ha identificado operaciones o proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil | X | X | | |
| 2.La empresa participa con frecuencia de foros y eventos que abordan aspectos relacionados con el trabajo infantil | X | X | X | X |
| 3.La empresa repudia en su código de conducta la explotación del trabajo infantil | X | X | X | X |
| 4.La empresa busca a concientizar a su público interno sobre el trabajo infantil y / o apoya campañas públicas sobre el asunto | X | X | X | X |
| 5.En sus contratos con proveedores la empresa incluye cláusulas específicas sobre el trabajo infantil | X | X | | |
| 6.La empresa cuenta con una matriz de riesgo para monitorear la posibilidad de trabajo infantil en su operación y cadena de abastecimiento | X | X | | |
| 7.La empresa moviliza a la sociedad en el rol de la erradicación del trabajo infantil, participando y motivando a asociaciones | X | X | | |

GRACIAS POR SU TIEMPO APORTADO EN VALIDAR ESTE INSTRUMENTO

¡¡ ÉXITO EN SUS LABORES Y ACTIVIDADES COTIDIANAS!!

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|---|--|
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 6. la empresa genera y distribuye valor económico directo | Claridad | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,57 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 5 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| 7. la empresa cumple con las obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación | Claridad | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,86 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 5 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,71 | | | |
| 8. la empresa recibe asistencia financiera por parte del gobierno | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,29 | | | |
| | Dominio del contexto | 5 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| 9. La empresa paga sus impuestos de forma regular y continua | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,96 | Aplicar una mejor redacción en el contexto de la pregunta | La empresa paga sus impuestos de forma regular y continua conforme a la ley. |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0,86 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| Transparencia | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. La empresa publica sus procesos de control de calidad a su público | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 3 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | | |
| | Contexto | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0,57 | | | |
| 2.La empresa muestra apertura a la información hacia su público | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,96 | Aplicar una mejor redacción en el contexto de la pregunta | La empresa muestra apertura a la información hacia sus partes interesadas |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0,86 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | | |

| Anticorrupción | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|---|--|
| 1.La empresa realiza controles para evitar la ocurrencias de corrupción | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| 2.La empresa capacita a sus empleados sobre los temas de integridad y combate a la corrupción | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 3.La empresa opera canales de denuncia que son eficientes a la hora de resolver hechos ocurridos | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | | |
| 4.La empresa posee un procedimiento de verificación de denuncias y de sanciones en el caso de hechos comprobados | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 5.La empresa posee una área específica para el tratamiento de cuestiones éticas y de corrupción | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| 6.Se tiene políticas o practicas anticorrupción establecidas en la empresa | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,93 | Aplicar una mejor redacción en el contexto de la pregunta | Dentro de la empresa se establecen políticas y prácticas de anticorrupción |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 5 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0,71 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 7.La empresa realiza operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|--|
| 5. la empresa lleva un registro de su liquidez, rentabilidad, endeudamiento, cobertura y actividad operativa | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| Competencia desleal | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.La empresa tiene políticas o practicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 2. La empresa emplea acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| 3.La participación de la empresa en relación a la competencia en el mercado es leal | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| 4. Dentro de la empresa son adecuada la política sobre competencia desleal referente a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, fiscalización de productos. | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 5.La empresa apoya a la creación de políticas publica alineadas a su estrategia de prohibir la competencia desleal | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| Dimensión Ambiental de la RSE | | | | | | | | | | | | | | | |
| Materiales | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|--|
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 8. La empresa vende o entrega residuos a terceras empresas, que los utilizan como insumos en sus procesos. | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 9.La empresa establece metas e indicadores de reducción del consumo de materiales que deben ser atendidos por su cadena de valor | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| Energía | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.La empresa tiene un programa para la reducción del consumo de energía, cualquiera sea la fuente | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 2.La empresa es consciente del consumo energético dentro de la organización | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| 3.La empresa es consciente del consumo energético fuera de la organización | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 3 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| 4. La empresa reduce el consumo energético | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|--|
| 5. la empresa emplea la reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | | |
| 6. La empresa cuenta con ventanas de vidrio que permiten el ingreso de la luz natural y viento para la ventilación, generando un ahorro de energía | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 7. La empresa hace uso de iluminación led, sensores de movimiento y paneles solares para reducir el consumo de energía | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| 8. la empresa utiliza aparatos electrónicos de máxima eficiencia energética | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 9. El personal de la empresa monitorea el consumo de energía, desconectando aparatos electrónicos para evitar el consumo de energía innecesario | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| Agua | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. El agua es una materia prima dentro de los procesos de la empresa | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| 2. la empresa tiene programa o acciones para el ahorro en consumo de agua. | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|
| 9.En los baños de la empresa se cuenta con una instalación de grifos con temporizador de flujo, inodoros de doble descarga y duchas de bajo consumo | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | |
| 10. la empresa tiene implementado un sistema de medición de consumo de agua | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | |
| Efluentes y residuos | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.En la empresa se generan aguas residuales | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,57 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,57 | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,43 | | |
| | Dominio del contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,29 | | |
| 2. En la empresa se tratan las aguas vertidas | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | |
| 3.La empresa genera algún tipo de residuos en su proceso | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,54 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario |
| | Congruencia | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | |
| | Dominio del contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0,29 | | |
| 4.la empresa realiza un tratamiento a los residuos | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,61 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0,71 | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,43 | | |
| | Dominio del contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,29 | | |
| 5.La empresa emplea acciones a los vertido de aguas en función de su calidad y destino | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | |
| | Dominio del contexto | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|--|
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 13. la empresa reutiliza el agua pluvial o aguas residuales para el riego de zonas verdes dentro de la organización. | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| Educación y concientización ambiental | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.La empresa cuentan con reconocimientos o certificaciones medioambientales | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 2. La empresa mantiene un nivel de comunicación eco amigable con sus clientes, mediante la concientización de prácticas verdes | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,54 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,29 | | | |
| | Dominio del contexto | 2 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,29 | | | |
| 3.La empresa realiza campañas de concientización sobre el medio ambiente por medios físicos y/o digitales | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 4.Dentro de la empresa se evidencia un personal capacitado referente a las prácticas verdes | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,86 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | | |
| 5.La empresa promueve eventos puntuales para promover la educación y la concientización ambiental | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,86 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | | |
| | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,57 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|--|
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 5.La empresa realiza inversiones para crear oportunidades de empleo para las futuras generaciones | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 6.La empresa proporciona empleo directo a los habitantes de la comunidad local | Claridad | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,86 | 0,61 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | | |
| Salud y seguridad en el trabajo | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.La empresa cuenta con un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo acorde a la normatividad | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 2.La empresa promueve la Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,61 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,43 | | | |
| 3.la empresa brinda servicios de salud en el trabajo | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 4.La empresa se preocupa por la formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,86 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | | |

| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
|---|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|--|
| Formación y educación | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.La empresa tiene un programa de formación para los empleados | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,29 | | | |
| | Dominio del contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,29 | | | |
| 2.La empresa emplea programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 3.La empresa mide el porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,61 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| 4.La empresa apoya a los empleados que desean continuar sus estudios, facilitando el tiempo necesario para ello | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 5.La empresa ofrece entrenamiento para todos los niveles jerárquicos | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| 6.La empresa promueve entrenamientos específicos pasantes | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|--------------------------|
| | Dominio del contexto | 5 | 7 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0,71 | | | bienestar de la sociedad |
| 4.La empresa promueve y apoya la educación en todos los niveles e involucra acciones que mejoren la calidad de la misma | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 5.La empresa organiza proyectos y programas que incluyan a personas de la comunidad y voluntarios a ser partícipes buscando un beneficio mancomunado | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,64 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 6 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0,86 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,29 | | | |
| 6.La empresa cuenta con alianzas o convenios con establecimientos de alquiler de bicicletas, tablas de surf, equipos de buceo/snorkel, para brindar a sus clientes servicios complementarios | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 6 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0,86 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| 7. La empresa apoya de alguna manera su establecimiento a grupos de la localidad (tercera edad, clubes, guarderías). | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| Salud y seguridad de los clientes | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.Dentro de la empresa se ha realizado evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| 2.En la empresa se han presentado casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,57 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,29 | | | |
| | Dominio del contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,29 | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|--|--|
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 3.La empresa repudia en su código de conducta la explotación del trabajo infantil | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 4.La empresa busca a concientizar a su público interno sobre el trabajo infantil y / o apoya campañas públicas sobre el asunto | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1,00 | | |
| | Congruencia | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| | Dominio del contexto | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | | | |
| 5.En sus contratos con proveedores la empresa incluye clausulas específicas sobre el trabajo infantil | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 5 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,71 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| 6.La empresa cuenta con una matriz de riesgo para monitorear la posibilidad de trabajo infantil en su operación y cadena de abastecimiento | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,61 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,57 | | | |
| | Contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| | Dominio del contexto | 3 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,43 | | | |
| 7.La empresa moviliza a la sociedad en el rol de la erradicación del trabajo infantil, participando y motivando a asociaciones | Claridad | 7 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 0,68 | Eliminar pregunta, no aplica dentro del cuestionario | |
| | Congruencia | 6 | 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0,86 | | | |
| | Contexto | 4 | 7 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,57 | | | |
| | Dominio del contexto | 2 | 7 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,29 | | | |

Anexo 9. Preguntas para la entrevista dirigida al gerente general de la empresa.**ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA ASISERVY S.A****Entrevistado:****Fecha:****Objetivo de la entrevista:** Evaluar la Responsabilidad social empresarial de ASISERVY S.A como base de su estrategia competitiva financiera.

1. ¿Cuál es la actividad principal de la empresa? y ¿Cuántos años de servicios tiene dentro de su mercado?
2. ¿Actualmente la empresa exporta a otros países? en caso de ser afirmativo su respuesta indique con que países mantiene una relación comercial.
3. ¿Tiene usted conocimientos sobre los temas de RSE?
4. ¿Considera usted que la RSE es un factor clave para alcanzar la competitividad financiera dentro su ámbito empresarial?
5. ¿Cree usted que integrar la RSE a su cadena valor permite ser más sostenibles y que aporte en su totalidad a su estrategia competitiva financiera?
6. ¿Cuáles son las razones que constituyen a ASISERVY como una empresa socialmente responsable y qué ventaja competitiva ha alcanzado a lo largo su implementación?
7. ¿Cuáles son los principales problemas que actualmente tiene la empresa para ejecutar las Prácticas de RSE, y cómo esto ha repercutido en la ejecución de su estrategia competitiva financiera?
8. ¿Qué prácticas de RSE ejecuta la empresa?
9. ¿Qué está haciendo la empresa para que se integre el personal a una cultura de la RSE?
10. ¿Considera que la empresa mantiene un comportamiento de ética y lleva a cabo un correcto proceso de transparencia económica -financiera?

Anexo 10.

Preguntas de la encuesta aplicada a los jefes departamentales de la empresa.

ENCUESTA DE RSE

Estimad@, gracias por colaborar con la siguiente encuesta, misma que tiene como objetivo evaluar la RSE de la empresa ASISERVY S.A como base de su estrategia competitiva financiera, cabe mencionar que esta investigación es con fin académico por lo tanto los datos aportados por usted serán de total confidencialidad.

Indicaciones: lea detalladamente cada pregunta, y califíquela del 1 a 5 según las siguientes ponderaciones:

(1) Nunca (2) Pocas veces (3) Algunas veces (4) Casi siempre (5) siempre

| Preguntas | Calificación | | | | |
|--|--------------|---|---|---|---|
| | - | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Dimensión económica de la RSE | | | | | |
| Desempeño económico | | | | | |
| 1. La empresa se preocupa por obtener el máximo beneficio de su actividad | | | | | |
| 2. la empresa cuenta con balance de costos y gastos anual. Así como de ingresos por apoyos recibidos o donaciones realizadas | | | | | |
| 3. La empresa paga sus impuestos de forma regular y continua conforme a la ley | | | | | |
| Transparencia | | | | | |
| 4. La empresa muestra apertura a la información hacia sus partes interesadas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. la empresa ejecuta y pública la rendición de cuentas del manejo de recursos conforme a ley | | | | | |
| 6. Ha demostrado la empresa que la información presentada está sin artificios contables que oculten la imagen fiel de la situación de la organización. | | | | | |
| Anticorrupción | | | | | |
| 7. La empresa capacita a sus empleados sobre los temas de integridad y combate a la corrupción | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. La empresa posee un procedimiento de verificación de denuncias y de sanciones en el caso de hechos comprobados | | | | | |
| 9. Dentro de la empresa se establecen políticas y prácticas de anticorrupción | | | | | |
| Resultados financieros | | | | | |
| 10. La empresa cumple anualmente con la presentación de sus estados financieros ante la SUPERCIAS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. En la empresa, la persona que está a cargo de la información financiera la maneja con total responsabilidad | | | | | |
| 12. La empresa lleva un registro de su liquidez, rentabilidad, endeudamiento, cobertura y actividad operativa | | | | | |
| Competencia desleal | | | | | |
| 13. La empresa tiene políticas o prácticas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Dentro de la empresa son adecuada la política sobre competencia desleal referente a la piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, fiscalización de productos. | | | | | |
| Dimensión ambiental de la RSE | | | | | |
| Materiales | | | | | |
| 15. La empresa realiza iniciativas puntuales para reducción de materiales | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. La empresa realiza campañas con los empleados, por ejemplo, reducción de impresiones, reutilización de vasos descartables, entre otros, buscando la disminución del consumo de materiales | | | | | |
| 17. La empresa vende o entrega residuos a terceras empresas, que los utilizan como insumos en sus procesos. | | | | | |
| 18. La empresa establece metas e indicadores de reducción del consumo de materiales que deben ser atendidos por su cadena de valor | | | | | |
| Energía | | | | | |
| 19. La empresa tiene un programa para la reducción del consumo de energía, cualquiera sea la fuente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. La empresa cuenta con ventanas de vidrio que permiten el ingreso de la luz natural y viento para la ventilación, generando un ahorro de energía | | | | | |

| | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 21. La empresa utiliza aparatos electrónicos de máxima eficiencia energética | | | | | |
| Agua | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. La empresa realiza acciones de prevención sobre fugas de agua | | | | | |
| 23. En los baños de la empresa se cuenta con una instalación de grifos con temporizador de flujo, inodoros de doble descarga y duchas de bajo consumo | | | | | |
| 24. La empresa tiene implementado un sistema de medición de consumo de agua | | | | | |
| Efluentes y residuos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25. La empresa emplea acciones en los transporte de residuos peligrosos | | | | | |
| 26. La empresa toma en cuenta los cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías | | | | | |
| 27. La empresa clasifica los residuos según las características, materiales o tratamientos a los que pueden ser sometidos | | | | | |
| 28. La empresa dispone de contenedores de reciclaje en las áreas administrativas y de producción | | | | | |
| 29. La empresa dispone de aparatos electrónicos de larga vida útil para evitar la generación de residuos | | | | | |
| Educación y concientización ambiental | | | | | |
| 30. La empresa cuentan con reconocimientos o certificaciones medioambientales | | | | | |
| 31. La empresa realiza campañas de concientización sobre el medio ambiente por medios físicos y/o digitales | | | | | |
| 32. La empresa cuenta con un programa continuo de educación y concientización ambiental, buscando el mayor compromiso y concientización del público interno | | | | | |
| Dimensión social de la RSE | | | | | |
| Empleo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33. La empresa desarrolla nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | | | | | |
| 34. La empresa otorga permiso parental a sus empleados | | | | | |
| 35. La empresa realiza inversiones para crear oportunidades de empleo para las futuras generaciones | | | | | |
| Salud y seguridad en el trabajo | | | | | |
| 36. La empresa cuenta con un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo acorde a la normatividad | | | | | |
| 37. La empresa brinda servicios de salud en el trabajo | | | | | |
| 38. La empresa brinda apoyo en caso de dolencias y enfermedades laborales | | | | | |
| 39. La empresa realiza oportunamente exámenes médicos a los trabajadores para ver como esta su estado de salud | | | | | |
| Formación y educación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 40. La empresa emplea programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | | | | | |
| 41. La empresa apoya a los empleados que desean continuar sus estudios, facilitando el tiempo necesario para ello | | | | | |
| 42. La empresa promueve entrenamientos específicos pasantes | | | | | |
| 43. La empresa contrata aprendices siguiendo la legislación específica para ellos | | | | | |
| Comunidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 44. La empresa realiza campañas o proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad | | | | | |
| 45. La empresa promueve y apoya la educación en todos los niveles e involucra acciones que mejoren la calidad de la misma | | | | | |
| 46. La empresa apoya de alguna manera su establecimiento a grupos de la localidad (tercera edad, clubes, guarderías). | | | | | |
| Salud y seguridad de los clientes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 47. La empresa considera que en sus instalaciones y en el servicio que presta en general el cliente gozará de la completa protección y seguridad que se merece | | | | | |
| 48. La empresa cuenta con un programa especial que hace foco en la salud y seguridad del consumidor/ cliente de sus productos o servicios, abriéndoles canales de comunicación para recibir la sugerencia de mejora | | | | | |
| 49. La empresa lleva a cabo procedimientos de retiro de productos del mercado que pueden generar daño o peligro para la salud de clientes, consumidores y/o usuarios | | | | | |
| Trabajo infantil | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 50. La empresa participa con frecuencia de foros y eventos que abordan aspectos relacionados con el trabajo infantil | | | | | |
| 51. La empresa repudia en su código de conducta la explotación del trabajo infantil | | | | | |
| 52. La empresa busca a concientizar a su público interno sobre el trabajo infantil y / o apoya campañas públicas sobre el asunto | | | | | |

Muchas gracias, por darnos un poco de su tiempo...

Elaborado por: Autores de la investigación.

Anexo 12. Estados financieros de la empresa ASISERVY S.A.

ASISERVY S.A. Y OTRA ENTIDAD INTEGRANTE

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 (Expresado en Dólares)

| Notas | ACTIVOS | 2020 | 2019 |
|--------------|---|--------------------------|--------------------------|
| | ACTIVOS CORRIENTES: | | |
| 4 | Efectivo en bancos y caja | 2,400,550 | 1,386,001 |
| 5 | Activos financieros, neto | 35,834,695 | 30,615,976 |
| 6 | Existencias | 4,558,784 | 12,413,039 |
| 7 | Activos por impuestos corrientes | 2,295,348 | 1,164,828 |
| | Otros activos corrientes | <u>173,762</u> | <u>267,390</u> |
| | TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | <u>45,263,139</u> | <u>45,847,234</u> |
| | ACTIVOS NO CORRIENTES: | | |
| 8 | Propiedades, planta y equipos, neto | 9,459,080 | 9,843,561 |
| 9 | Propiedades de inversión | 20,449,286 | 20,402,129 |
| 20 | Otros activos no corrientes | <u>2,047,264</u> | <u>1,538,278</u> |
| | TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES | <u>31,955,630</u> | <u>31,783,968</u> |
| | TOTAL ACTIVOS | <u>77,218,769</u> | <u>77,631,202</u> |
| | <u>PASIVOS Y PATRIMONIO NETO DE LOS ACCIONISTAS</u> | | |
| | PASIVOS CORRIENTES: | | |
| 10 | Pasivos financieros | 12,679,798 | 15,261,386 |
| 12 | Vencimientos corrientes de obligaciones financieras y comerciales no corrientes | 19,413,612 | 18,779,230 |
| 11 | Otras obligaciones corrientes | <u>922,413</u> | <u>2,042,003</u> |
| | TOTAL PASIVOS CORRIENTES | <u>33,015,823</u> | <u>36,082,619</u> |
| | PASIVOS NO CORRIENTES: | | |
| 12 | Obligaciones financieras y comerciales no corrientes | 15,033,356 | 12,062,098 |
| 13 | Beneficios a empleados no corrientes | 999,843 | 1,036,069 |
| 14 | Otros pasivos no corrientes | <u>1,485,536</u> | <u>1,840,492</u> |
| | TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES | <u>17,518,735</u> | <u>14,938,659</u> |
| | TOTAL PASIVOS | <u>50,534,558</u> | <u>51,021,278</u> |
| | <u>PATRIMONIO NETO DE LOS ACCIONISTAS:</u> | | |
| 15 | Capital social | 11,600,000 | 11,100,000 |
| 3 | Reservas legal y de valuación | 2,268,614 | 2,255,734 |
| | Utilidades retenidas | 12,815,198 | 13,253,785 |
| 3 | Participaciones de no controladoras | <u>399</u> | <u>405</u> |
| | TOTAL PATRIMONIO NETO DE LOS ACCIONISTAS | <u>26,684,211</u> | <u>26,609,924</u> |
| | TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO NETO DE LOS ACCIONISTAS | <u>77,218,769</u> | <u>77,631,202</u> |

Ver notas explicativas a los estados financieros consolidados

ASISERVY S.A. Y OTRA ENTIDAD INTEGRANTE**ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL CONSOLIDADO
POR EL AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020
(Expresado en Dólares)**

| Notas | 2020 | 2019 | |
|--------------|---|---------------------|-------------------|
| 16 | INGRESOS OPERACIONALES: | | |
| | Ventas netas | 76,080,588 | 81,390,573 |
| | Otros | <u>571,097</u> | <u>549,788</u> |
| | TOTAL | 76,651,685 | 81,940,361 |
| 16 | (-) COSTO DE VENTAS | | |
| | | <u>69,246,724</u> | <u>70,947,622</u> |
| | UTILIDAD BRUTA | <u>7,404,961</u> | <u>10,992,739</u> |
| | GASTOS OPERACIONALES: | | |
| 17 | (-) Administración y de ventas | 5,379,048 | 6,682,225 |
| 18 | (-) Financieros | 3,133,674 | 3,022,152 |
| 5 | (+) Otros, neto (incluye US\$. 1,003,827 en el 2020) | <u>(1,317,863)</u> | <u>(374,842)</u> |
| | TOTAL | <u>7,194,859</u> | <u>9,329,535</u> |
| | UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES EN LAS UTILIDADES E IMPUESTO A LA RENTA | 210,102 | 1,663,204 |
| 11 y 19 | 15% PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES EN LAS UTILIDADES | (47,240) | (273,648) |
| 11 y 19 | 25% y 22% IMPUESTO A LA RENTA | <u>(71,757)</u> | <u>(266,989)</u> |
| | INFORMACIÓN ADICIONAL ACERCA DE LA UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO CONSOLIDADA ATRIBUIBLE A: | | |
| | PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA | 91,115 | 1,122,583 |
| 2 | PARTICIPACIONES DE NO CONTROLADORAS | <u>(10)</u> | <u>(16)</u> |
| | UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO CONSOLIDADA | <u>91,105</u> | <u>1,122,567</u> |

Ver notas explicativas a los estados financieros consolidados

Cuentas por cobrar.**Clientes.-**

▪ **Locales y del exterior.-** Al 31 de diciembre de 2020 y de 2019, representan facturas por cobrar a clientes por ventas de pescado congelado y procesado, los cuales presentan vencimientos promedio entre 60 y 90 días y no generan intereses. Los saldos de los años 2020 y 2019, incluye vencimientos de cartera vencida en el segmento desde 1 día y más de 121 días que asciende a US\$. 3,062,114 y US\$. 3,126,124 (26.93% y 42.47% del total de la cartera de clientes), respectivamente. Un detalle de las cuentas por cobrar (clientes por edades), es el siguiente:

| | 2020 | 2019 |
|---|-------------------|------------------|
| | (Dólares) | |
| ▪ Saldo de cartera: No vencido | 8,305,534 | 4,234,049 |
| ▪ Cartera vencida: 1 a 90 días | 1,260,555 | 1,813,808 |
| ▪ Cartera vencida: 91 a 121 días (adelante) | <u>1,801,559</u> | <u>1,312,316</u> |
| Total | <u>11,367,648</u> | <u>7,360,173</u> |

Obligaciones y pagos de impuestos

OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES

Al 31 de diciembre de 2020 y de 2019, un detalle es el siguiente:

| | <u>2020</u> | <u>2019</u> |
|---|-----------------------|-------------------------|
| | (Dólares) | |
| Beneficios sociales: | | |
| Décimo cuarto sueldo (Bono escolar) | 202,402 | 235,978 |
| Vacaciones | 181,657 | 606,658 |
| Participación de trabajadores, nota 19 | 51,551 | 832,533 |
| Décimo tercero sueldo (Bono navideño) | 34,009 | 39,412 |
| Fondos de reserva | <u>7,611</u> | <u>9,723</u> |
| Subtotal | <u>477,230</u> | <u>1,724,304</u> |
| Impuestos y otras obligaciones: | | |
| Impuestos fiscales | 304,681 | 153,674 |
| Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y otros | <u>139,351</u> | <u>154,368</u> |
| Subtotal | <u>444,032</u> | <u>308,042</u> |
| Total | <u><u>921,262</u></u> | <u><u>2,032,346</u></u> |

Ahorro de energía y Agua.

| | 2020 | 2019 | V. Absoluta (\$) | V. Relativa (%) |
|---------------------------------|--------------|--------------|-----------------------------|----------------------------|
| Gastos en energía y agua | \$ 33.419,99 | \$ 39.026,51 | (\$ 5.606,52) | 14.37% |

Fuente tomada de la SUPERCIAS resultado financieros de Asiservy S.A

Inversiones en maquinarias y equipos electrónicos

| | <u>2020</u> | <u>2019</u> |
|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | (Dólares) | |
| Saldo al inicio del año, neto | 9,843,561 | 9,543,843 |
| Adiciones | 500,314 | 1,154,801 |
| Cargo anual de depreciación | (884,795) | (811,352) |
| Ajustes | <u>0</u> | <u>(43,731)</u> |
| Saldo al final del año, neto | <u><u>9.459.080</u></u> | <u><u>9.843.561</u></u> |

Adiciones.- Al 31 de diciembre de 2020, representa principalmente compras de maquinarias y equipos por US\$. 377,719, equipos de computación, software y licencias por US\$. 80,887 e instalaciones y construcciones en curso por US\$. 37,450. El año 2019, representa principalmente maquinarias compradas por US\$. 654,000 que incluye condensador evaporativo, ablandador, mesas de clasificación, coches de congelación, montacargas, tanque de bunquer, tanque de recolección de caldo, etc., así como también mejora en edificios de la estructura y techo del área de preparación por US\$. 267,000 y software por US\$. 240,000 (sistema SAP BO).

| | 2020 | 2019 | V. Absoluta (\$) | V. Relativa (%) |
|--|---------------|--------------|-----------------------------|----------------------------|
| Inversión en maquinarias y equipos electrónicos | \$ 377.719,00 | \$654.000,00 | (\$276.281,00) | 42.25% |

Fuente tomada de la SUPERCIAS resultado financieros de Asiservy S.A

Software

| | 2020 | 2019 | V. Absoluta (\$) | V. Relativa (%) |
|-----------------|--------------|---------------|-----------------------------|----------------------------|
| Software | \$ 80.887,00 | \$ 240,000,00 | (\$ 159.113,00) | 66.30% |

Fuente tomada de la SUPERCIAS resultados financieros de Asiservy S.A

Gastos administrativos

| | 2020 | 2019 | V. Absoluta (\$) | V. Relativa (%) |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------------------|----------------------------|
| Software | \$ 2.823.949,33 | \$ 3.555.885,04 | (\$ 731,935.71) | 20.58% |


Fuente tomada de la SUPERCIAS resultado financieros de Asiservy S.A

Anexo 13. Evidencias de oficios requeridos para el desarrollo de la investigación

Anexo 13-A


Oficio dirigido a la empresa

República del Ecuador



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

Carrera de Administración de Empresas



OFICIO Nro.: ESPAM MFL-C.A.E.-2022-174-OF
Calcuta, 19 de octubre de 2022

ASUNTO: Solicitud de apertura para formalizar desarrollo de tesis.

Ing. Carlos Bohórquez
GERENTE GENERAL DE ASISERVY S.A

En su despacho.-

De mi consideración


La Dirección de Carrera de Administración de Empresas en nombre de la Primera Autoridad Dr.C. Miryam Félix López Rectora de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, envía un saludo de fraternidad y los mejores deseos de éxito en sus funciones.

Me complace informarle que un grupo de estudiantes de la Carrera de Administración de Empresa de la ESPAM MFL, se encuentran en el desarrollo de su proceso de titulación, en donde desarrollarán investigaciones que buscan contribuir al desarrollo del entorno, por lo que, los estudiantes egresados Mario José Comejo Vega y Lucia Leticia López Loor, han escogido su prestigiosa institución para desarrollar su propuesta de investigación, cuyo tema es **“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY S.A EN LA CIUDAD DE JARAMIJÓ”**, con su tutora asignada la Mg. Susy Tatiana Toala Mendoza.

Con dicho antecedente, solicitamos de la manera más cordial la apertura para que los estudiantes puedan formalizar su investigación, así como la recolección de información necesaria en relación al área de estudio, reiterando el compromiso de confidencialidad de la información que se requiera.

Confío en que su respuesta será favorable y le agradezco por esta apertura no sin antes expresarle mi consideración y alta estima.


Atentamente,
LA EDUCACIÓN NUESTRA ESENCIA, CALIDAD NUESTRO COMPROMISO



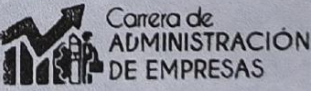
Firma asociada a la pte
MARIA GABRIELA MONTEDEOCA CALDERON

Lic. Gabriela Montesdeoca Calderón, MBA
DIRECTORA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS


GMC/mgl



ESPAM MFL
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ



Carrera de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ASISERVY S.A.
FIRMA AUTORIZADA

Oficinas Centrales
Calle 10 de agosto y Granda Centeno
Telfs.: (05) 2685 134/156
www.espam.edu.ec

Campus Politécnico
Sitio el Limón, Calcuta
Telfs.: (05) 3028561
administracion@espam.edu.ec

Anexo 13-B

Respuesta al oficio dirigido a la empresa



Jaramijó, 20 de octubre de 2022

Oficio GERENCIAL N° ASISERVY S.A-2022-0174

Lcda.

Gabriela Montesdeoca Calderón, MBA

**DIRECTORA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL
FELIX LÓPEZ**

Calceta.-

En respuesta a su oficio N° ESPAM MFL-C.A.E.-2022-174-OF, en el que hace conocer que los estudiantes MARIO JOSE CORNEJO VEGA Y LUCIA LETICIA LÓPEZ LOOR, están solicitando información que permita desarrollar el proyecto de Tesis titulado "**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY S.A EN LA CIUDAD DE JARAMIJÓ**", pongo de manifiesto que ASISERVY S.A, líder en el procesamiento y comercialización de productos alimenticios en Ecuador, y con la aportación hacia las entidades educativas para brindar información a los estudiantes que la requieran.

De tal manera les comunico que su solicitud ha sido aprobada, los estudiantes podrán solicitar información de temas referentes a la tesis en los horarios laborables de lunes a viernes de 8h00 a 17h00, en la ASISERVY S.A, o al mail gmendoza@asiservy.com

Atentamente,

Firma del gerente

Carlos Bohorquez Ortiz
GERENTE DE ASISERVY S.A
RUC 0991313788001

Anexo 13-C

Oficio dirigido al equipo de experto



ESPAMMFL
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ



Carrera de
**ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

Calceta, 01 de octubre de 2022

Ing. María Dolores Zambrano Loor.
DOCENTE DE LA ULEAM-EXTENSION CHONE
Presente. -

Motivados por su reconocida formación en la Investigación y la Administración de Empresas, nos complace dirigirnos a usted en solicitud de su apreciada colaboración para la validación de los indicadores y el cuestionario que servirá para recolectar información relativa al trabajo de titulación denominado: **"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA FINANCIERA DE ASISERVY S.A EN LA CIUDAD DE JARAMIJÓ** que representa la investigación previa la obtención del título de Licenciado en administración de empresas en la ESPAM MFL.

Su valiosa ayuda consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas, así como la validación de los indicadores que se aplicaran dentro de la investigación, a la vez se receptara observaciones acerca de los instrumentos de evaluación.

Para ello, anexamos los instrumentos para la validación del cuestionario con las preguntas e indicadores a emplear dentro del estudio.

Agradeciendo su importante colaboración en el desarrollo e impulso de la investigación, nos suscribimos.

Atentamente,

Mario Jose Comejo Vega
1314151307-6

Recibido
03-10-2022

Lucia Leticia López Loor
131623745-0

Anexo 14 Visita de campo a la empresa ASISERVY S.A por parte de uno de los investigadores.



Anexo 15 Evidencia de la respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los jefes departamentales.

| Preguntas | Respuestas 9 | Configuración | Total de puntos: 0 |
|-------------------------------|---------------------------|---------------|--------------------|
| gmendoza@asiservy.com | 0 | | 1 nov 11:37 |
| joselucas1989lucas@gmail.com | 0 | | 7 nov 14:41 |
| npalacios@asiservy.com | 0 | | 7 nov 15:02 |
| rsantana@asiservy.com | 0 | | 7 nov 15:18 |
| wellingtonmmacias@hotmail.com | 0 | | 7 nov 18:28 |
| kmoreira@asiservy.com | 0 | | 8 nov 08:13 |
| mmendoza@asiservy.com | 0 | | 8 nov 08:36 |
| kmendoza@asiservy.com | 0 | | 8 nov 09:19 |
| gchoez@asiservy.com | 0 | | 8 nov 10:17 |

CARGO LABORAL QUE OCUPA

9 respuestas

JEFE DE RECURSOS HUMANOS

Jefe de mantenimiento

Jefe

jefe de ventas mp

JEFE CAMARA

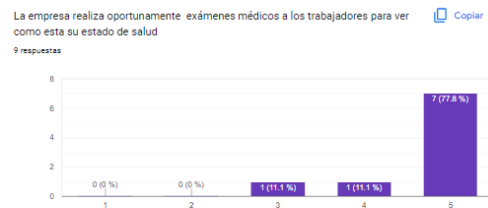
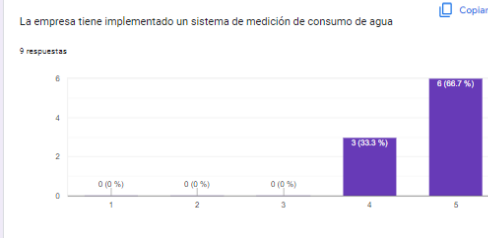
Jefe Comercial

COORDINADOR DE SEGURIDAD, SALUD Y MEDIO AMBIENTE

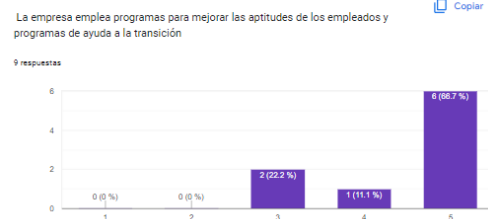
Jefa de Desarrollo y Sostenibilidad

Jefe de seguridad física

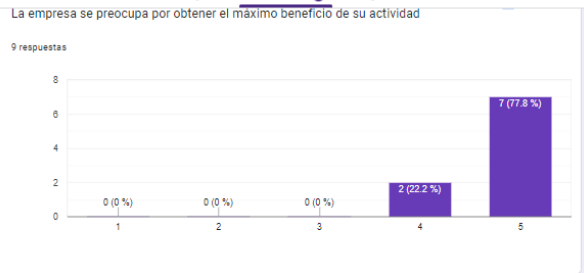
Preguntas Respuestas 9 Configuración Total de puntos: 0



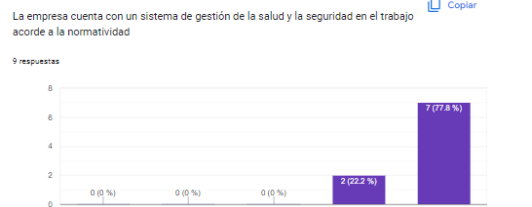
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN



Preguntas Respuestas 0 Configuración Total de puntos: 0



SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO



TRABAJO INFANTIL

