



Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador | Sede  
Ambato

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tema:**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL UNA ÓPTICA DESDE LOS  
STAKEHOLDERS CASO: AVÍCOLA PÉREZ**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en  
Administración de Empresas**

**Línea de investigación:**

**ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA  
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL**

**Autora:**

Andrea Monserrath Pérez Velastegui

**Director:**

PhD. Christian Andrés Barragán Ramírez

**Ambato – Ecuador**

**Septiembre 2024**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **ANDREA MONSERRATH PÉREZ VELASTEGUI** con cédula de ciudadanía **1804755575**, autora del trabajo de graduación intitulado: “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL UNA ÓPTICA DESDE LOS *STAKEHOLDERS* CASO: AVÍCOLA PÉREZ”, previa a la obtención del título profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, en la escuela de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ambato, septiembre 2024



Andrea Monserrath Pérez Velastegui

CC. 1804755575

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE AMBATO  
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

**Tema:**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL UNA ÓPTICA DESDE LOS  
STAKEHOLDERS CASO: AVÍCOLA PÉREZ**

**Línea de investigación:**

**ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA  
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL**

**Autora:**

Andrea Monserrath Pérez Velastegui

Christian Andrés Barragán Ramírez, Ing. PhD.

CC. 1803783644

**CALIFICADOR**

f. 

Hernán Paúl Ortiz Coloma, Dr. Mg.

**CALIFICADOR**

f. 

Andrés Sebastián Altamirano Zanipatín, Ing. Mg.

**CALIFICADOR**

f. 

Fredy Leonardo Ibarra Sandoval, Ing. Mg.

**DIRECTOR ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

f. 

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr.

**SECRETARIO GENERAL PUCE AMBATO**

f. 

  
Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador  
DIRECCIÓN  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS  
SECRETARÍA GENERAL  
PROCURADURÍA

Ambato- Ecuador

Septiembre 2024

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado a toda mi familia y seres queridos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Dios, a mi familia y amigos por su apoyo emocional, por brindarme su comprensión y aliento durante esta trayectoria, de igual forma a las personas que integran la Universidad Pontificia Católica del Ecuador – Sede Ambato por su apoyo.

De la misma manera agradezco al PhD. Christian Barragán por su guía, paciencia y apoyo constante, durante el proceso de investigación, sus significativos consejos y retroalimentación fueron importantes para la culminación exitosa de este trabajo.

## RESUMEN

El proyecto de investigación tiene como objetivo identificar los principales elementos de valor de una estrategia de RSE a través de sus *stakeholders* para la empresa Avícola Pérez, el estudio se basa en el paradigma positivista, bajo el enfoque cualitativo y cuantitativo. La investigación se basó en la óptica teórica de, Howard Bowen (1953), Porter y Kramer (2002), Armijos (2017), Barnard (1961), entre otros; no obstante, se toma en cuenta a la Agenda 2030 ODS, GRI (2013), SA 8000 y ISO 26000. La investigación fue explicativa, a través de un diseño de campo no experimental y transeccional.

La población estuvo conformada por la provincia Tungurahua, cantón Ambato, localidad Samanga Centro, empresa Avícola Pérez. Muestreo fue no probabilístico, se consideró a 67 personas. Se empleó la técnica de la encuesta. El instrumento estuvo conformado por 60 aseveraciones tipo escala Likert, con cinco alternativas de respuesta, el mismo fue presentado a validez y confiabilidad, se obtuvo un valor de 0,882. Se evidenció una baja presencia (1,72) en rendición de cuentas y moderada influencia en (2,04) expectativas de *stakeholders*. Concluyéndose, revela una alarmante desconexión con los principios y estrategias de sustentabilidad, por ello genera preocupaciones desde la óptica de los *stakeholders*, en áreas de interés de acuerdo con el comportamiento social y ambiental, representa un obstáculo en el desarrollo sostenible para la organización, sociedad, su conjunto y exigencias, que deben dar lugar al bienestar social y ambiental, en el espacio donde la unidad de negocio lleva a cabo su acción productiva.

**Palabras claves:** responsabilidad social empresarial (RSE), estrategia, *stakeholders*.

## ABSTRACT

*The thesis aims to identify the main value elements of a CSR strategy through its stakeholders for Avícola Pérez. The study is based on the positivist paradigm, employing both qualitative and quantitative approaches. The research draws on theoretical perspectives from Correa and Jaramillo (2010), Howard Bowen (1953), Porter and Kramer (2002), Luzuriaga (2018), Armijo's (2017), Barnard (1961), Porter (1991), Elkington (1994), among others. Additionally, it considers the 2030 Agenda for Sustainable Development Goals (SDGs), Global Reporting Initiative (GRI) (2013), United Nations Food and Agriculture Organization (FAO) (2024), Institute of Corporate Social Responsibility (IRSE) (2012), SA 8000, and ISO 26000. The research was explanatory, utilizing a non-experimental and cross-sectional field design.*

*The population was spatially delimited to the province of Tungurahua, Ambato canton, Samanga Centro locality, and the company Avícola Pérez. The sampling was non-probabilistic, including 67 individuals segmented by employees, customers, and suppliers. The survey technique was employed, and the instrument consisted of 60 Likert scale statements with five response alternatives. The instrument was tested for validity and reliability, yielding a value of 0.776. The study revealed a low presence of family protection (1.5), accountability (1.72), and moderate influence on stakeholder expectations (2.04) and climate strategy (2.73), among others. The conclusion highlights a significant disconnection from sustainability principles and strategies, raising concerns from the stakeholders' perspective in areas of social and environmental interest. This disconnect represents an obstacle to sustainable development for the organization, society, and the requirements necessary for social and environmental well-being in the business unit's operational area.*

**Keywords:** *corporate social responsibility (CSR), strategy, stakeholders.*

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD .....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I: ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	4
1.1. Evolución histórica de responsabilidad social empresarial (RSE) .....	4
1.2. Teoría de los stakeholders .....	7
1.3. Creación de valor a través de la responsabilidad social empresarial .....	11
CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO .....	15
2.1. Consideración metodológicas .....	15
CAPÍTULO III: ANALISIS DE LOS RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN .....	38
3.1. Análisis de resultados .....	38
3.2. Análisis de la media por preguntas y del límite superior e inferior .....	38
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES .....	43
BIBLIOGRAFÍA .....	44
ANEXOS .....	50

## INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE), cobra más importancia en las sociedades globalizadas, se corrobora con la agenda de las organizaciones por su impacto en el fortalecimiento estructural, la RSE es una cuestión fundamental para todas las áreas de la empresa, donde se alinean con los objetivos a largo plazo, por ello contribuye a un futuro más sostenible.

Acorde con la RSE va de la mano con la sostenibilidad, su definición concluye que debe ser un mundo ordenado y equilibrado, propone la idea que el futuro debe ser un lugar más saludable y mejor que el actual, según Además (2006) afirma "el desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (p. 2). Mediante el desarrollo sostenible no es necesario equilibrar nuestras necesidades actuales para preservar las oportunidades de las generaciones futuras, se enfatiza no sólo el crecimiento económico sino también la equidad social y el cuidado del medio ambiente.

La RSE en Ecuador genera cambios en cuestión de exigencias y legislación a las organizaciones, por ende provoca que el sector privado se preocupe por los efectos de sus acciones, mediante ello deben incluir principios éticos individuales, corporativos y comunicativos, según el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE) (2012) en Ecuador su misión es impulsar el crecimiento económico que satisface necesidades del presente pero sin afectar las capacidades de las generaciones futuras, la pregunta es ¿Cómo?, lo van hacer mediante factores, difundir el conocimiento, experiencia y la importancia de la responsabilidad social empresarial y sus beneficios tanto para las empresas como para la sociedad y el medio ambiente, colaborar con la comunidad, organizaciones e instituciones para la implementación de prácticas sustentables y sostenibles, lo que genera asesorías con herramientas para las empresas que deseen integrar estas prácticas en su gestión empresarial.

Los *stakeholders* son todas las personas, grupos, participantes, accionistas, inversores, trabajadores, las familias de estos, proveedores, entre otros, que tienen una relación esencial con las decisiones y actividades de una empresa, es

importante que la organización tome en cuenta a sus grupos de interés a la hora de tomar decisiones, en comprender cómo se ven afectados, a causa de esta información las empresas pueden tomar decisiones más informadas y responsables.

En la actualidad, la competencia entre empresas es cada vez más potente, aquellas que no establezcan la Responsabilidad Social Empresarial a partir de sus *stakeholders*, les será muy difícil estar a la vanguardia, subsistir a largo plazo o tener éxito. Las empresas que carezcan de prácticas sólidas de Responsabilidad Social Empresarial deben responder a desafíos para establecer comunicaciones positivas y duraderas con sus *stakeholders*, por lo cual afectará inmediatamente a la organización.

Analizando el tema de producción avícola de acuerdo con los datos de la organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO) (2024) a nivel mundial se examinó a distintos países referente a la producción avícola gracias a ello obtuvieron los siguientes datos: Estados Unidos genera el 17% de la producción mundial de carne avícola seguido de China y Brasil; China a nivel mundial es el mayor productor de huevos con 38%, seguido de Estados Unidos con 7% en la India con 7%; Asia genera 64% de producción de huevos a nivel mundial.

Desde otra perspectiva México se encuentra en un rango de los mayores consumidores, mediante el estudio realizado por la revista Regeneración MX (2019) indica que el consumo de huevo de mesa alcanza a las 372 unidades por persona al año, por otra parte, en Ecuador según Maldonado (2019) el consumo de huevo de mesa obtiene 277 unidades al año por persona, sin embargo en Colombia de acuerdo con un estudio realizado por la Revista Técnica Maíz y Soya (2018) su consumo es un aproximado de 340 a 350 huevos por persona al año. De acuerdo con estos estudios, los consumos per cápita del huevo de mesa en Latinoamérica se debe por diversos factores uno de ellos por la accesibilidad económica del huevo, por su valor nutricional y disponibilidad del producto.

En Ecuador la avicultura es una actividad importante dentro de la economía, es atendida por más de 1 millón de personas, por medio de ello genera más de 800

millones de dólares al año en torno a la carne de pollo y huevos, los principales productores son de las provincias de Pichincha, el Oro, Guayas, Imbabura y Manabí, según datos obtenidos de La Colina (2022), al inferir en este artículo la avicultura es sumamente importante en el desarrollo del país, dado que ofrece plazas de trabajo y un alimento de primera necesidad.

La Responsabilidad Social Empresarial para las empresas del país dejó de ser una opción, en el año 2008 se examinó a 892 empresas del sector público, privado y civil, da como resultado que el 30% de las empresas tiene conocimiento sobre prácticas de RS y al menos el 90% de las empresas encuestadas asignan por lo menos el 1% de sus ganancias anuales a proyectos o actividades de RS.

Mediante el contexto de la investigación, se plantea como objetivo general analizar los principales componentes de una estrategia de valor a través de los *stakeholders* aplicable a la empresa Avícola Pérez. Como objetivos específicos ha sido necesario: a) fundamentar teórica y científicamente las variables de estudio Responsabilidad Social y *stakeholders*; b) diagnosticar la situación actual de los elementos de valor de la estrategia de RSE y la contribución en la empresa Avícola Pérez y c) identificar los principales elementos de valor de una estrategia de RSE a través de sus *stakeholders* para la empresa Avícola Pérez.

Asimismo, el presente trabajo investigativo se involucran diferentes posturas, cómo se puede apreciar, la Responsabilidad Social Empresarial tiene diversas perspectivas una de ellas integra a sus partes interesadas, enlazado con el bienestar de los empleados es fundamental para el cuidado de las aves y producción, finalmente los organismos gubernamentales es primordial mantener una relación colaborativa y seguir las leyes en beneficio para la protección del medio ambiente, bienestar animal y seguridad alimentaria, con motivo de mantener la afinidad con las comunidades locales y generar empleo.

## **CAPÍTULO I: ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA**

### **1.1. Evolución histórica de responsabilidad social empresarial (RSE)**

Las empresas son concebidas por personas, con personas y para personas, con acción mutua en la interacción social, actualmente las empresas asumen, el beneficio económico es fundamental para un negocio que sea sostenible, por consiguiente, lleva un proceso social y moral, que produce competitividad, genera valor y construye relaciones solidas con sus *stakeholders*.

La evaluación histórica de la responsabilidad social empresarial puede posicionarse en tres periodos Correa y Jaramillo (2010) mencionan:

Etapa inicial desde el siglo XIX hasta inicios del siglo XX, con un nivel deficiente de la RSE, en medida que las organizaciones solucionaban diversos problemas sociales a su forma, esta etapa se concreta en el siglo XX en la gran depresión se involucraron empresas con movimientos de humanidad, en tal sentido en el año 1940 la Organización Internacional del trabajo (OIT), realiza una publicación sobre la Declaración de Filadelfia en donde se establecen fundamentos de la relación entre empresa y trabajador, por tal motivo la OIT, infiere en la declaración como una ayuda de orden mundial después del acontecimiento de la Segunda Guerra Mundial.

Segunda etapa data a mitad del siglo XX destaca la postura de Friedman infiere en la optimización de recursos y búsqueda de beneficios para los accionistas, es la única responsabilidad que tiene la empresa según (Méndez y Peralta, 2014, pág. 632), sin dejar de lado aspectos sociales y ambientales.

Tercera etapa comienza en 1960 hasta la actualidad se describe como la unión entre estado, empresa y sociedad, la sociedad busca iniciativas de un estado de bienestar, de modo que infiere en un "buen vivir"

En tal sentido según GALLO, E. A. V. (2023) infiere en ejemplos como la Declaración de Estocolmo (ONU 1972), propuesta para la prevención del medio ambiente para el bienestar humano y el desarrollo económico, genera conciencia global sobre la necesidad de proteger el medio ambiente, actualmente los principios

establecidos en declaración sirven como una guía para la acción ambiental a nivel nacional e internacional.

### **Concepto de responsabilidad social empresarial**

La responsabilidad social empresarial busca que las empresas tengan mayor consideración con el impacto de su actividad a nivel económico, social y ambiental independientemente de que fuera directa o indirectamente, se homologa los grupos de intereses, dado lo descrito infiere en el Libro Verde de la Unión Europea, proyecta la Responsabilidad Social Empresarial como la integración de la organización.

Los autores Porter y Kramer (2002) fundamentan cuatro principios, en primer lugar labor moral, las empresas tienen utilidades genera crecimiento y sustentabilidad, por lo cual pueden generar bienestar a la comunidad, cuidado del medio ambiente, mejoran la calidad de vida de los ciudadanos y generar empleo, en segundo lugar comunica la fortaleza de la sociedad mercantil sin causar daño a su entorno, en tercer lugar aceptación de la sociedad para realizar distintas actividades, en cuarto lugar su reputación se basa a la credibilidad frente al compromiso de no afectar a su entorno generan seguridad en su entorno, según Navarro en RSE Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad (2018). Conforme a los principios las empresas al adoptarlo generan un valor compartido para la sociedad y para la organización, que contribuye al desarrollo sostenible y equitativo.

### **Estado de RSE en Latinoamérica y en Ecuador**

La RSE a nivel mundial los principales países en liderar son: Suecia, Dinamarca, Finlandia, entre otros, al respecto Rovira (2016) mencionan:

- En Latinoamérica con mayor incidencia es Brasil, Chile y México
- Mediana influencia Colombia, Argentina y los países centroamericanos.
- Menor incidencia en los avances de RSE han sido mínimos, además en Ecuador la disposición del estado es escaso causa de que solo se enfocan en los Objetivos del Buen Vivir, no se considera a sus *stakeholders* por pérdida de confianza en el sistema, desigualdad, corrupción, entre otros.

Luzuriaga (2018) transmite tres principales décadas de RSE en Ecuador, de acuerdo con la Primera década 1986 – 1995 integra Teorías políticas, con un enfoque a necesidades de la sociedad en salud y educación, Prácticas instrumentales con una perspectiva a tradiciones religiosas, prácticas filantrópicas e intereses enfocados a generar utilidades económicas, Teorías éticas divulgación de RSE en la sociedad civil pero su planificación con el cuidado del medio ambiente frágil, a pesar de sus principales ciudades con mayores prácticas de RSE el Estado y las autoridades laborales en cuanto exigencias laborales su presencia era débil, falta de atención a las necesidades populares.

En tal sentido según Armijos (2017) deduce la pirámide de los *stakeholders*:

- Competitividad cuantitativa: Proporciona un análisis económico y financiero tradicional, maximiza la rentabilidad, evalúa el costo y acceso a factores de producción, la responsabilidad recae sobre la empresa para vigilar el capital.
- Competitividad cualitativa: Son los activos intangibles, recursos humanos, su cultura organizacional y la gestión del conocimiento.
- Competitividad sectorial: Va de la mano del posicionamiento de la empresa en el mercado y en la industria.
- Competitividad cadena de suministros: Depende de la gestión de los proveedores por parte de la organización y de la integración vertical esto es una ejecución de más de una etapa, unidas por una jerarquía.
- Competitividad industrial: Es la conformación de los Clúster es el grupo de instituciones o empresas interrelacionadas y concentradas en un mismo lugar, que compiten en una misma industria, gubernamental es como una gubernamental, que mejora el capital social.
- Competitividad en el entorno político: se llega a esta fase cuando se coincide a través de nuestros *stakeholders* la creación de valor, sostenibilidad y sustentabilidad, que aseguren beneficios en su entorno a largo plazo.

## 1.2. Teoría de los *stakeholders*

### Concepto de *stakeholders*

En vista de ello, los *stakeholders* según Gonzáles (2007) justifica al autor Freeman, que comunica una teoría estratégica de gestión, relaciones desde un contrato jurídico, social y moral, mediante el cual interviene un diálogo de interés y valores en común de la empresa con sus partes interesadas, la identificación de los *stakeholders* centrales se domina el poder comunicativo, aptitud de interlocución, intereses urgentes y legítimas, con *stakeholders* válidos de carácter estratégico o comunicativo, toma en cuenta la tolerancia de normas y procedimientos empresariales, en consecuencia destaca tres principios: solución a los conflictos, correlación entre los participantes y disposición entre todos los intereses planteados.

Los *stakeholders* según Armijos (2017), beneficia a la dirección estratégica de la empresa y la sostenibilidad con un análisis comparativo, menciona a Mitchel (1997, págs., 865-873), quien delimita tres atributos, para empezar el poder de influir en las decisiones organizacionales, en segundo lugar, la legitimidad de las partes interesadas puede solicitar un determinado proceder a la organización, y por último la urgencia sucede cuándo los *stakeholders* requieren atención inmediata.

### ¿Quiénes son los *stakeholders*?

En el contexto actual el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial enfocado en sus *stakeholders* enfrenta un desafío notable debido a que en algunos casos este público es desconocidos en la organización, por lo que no son bien ejecutadas la rendición de cuentas, esto implica en la transparencia y la responsabilidad de la empresa, por ello se adopta enfoques personalizados y flexibles, implementan estrategias accesibles y de fácil entendimiento sobre la comunicación, por tal motivo trata de evitar cualquier individuo o grupo sea afectado por el logro de los objetivos de una organización.

La clasificación de los *stakeholders* aumentado según Argandoña (2010) afirma una exhaustiva lista entre hechos "latentes, exigentes, interesado, dominantes, dependientes, definitivos, activos, conscientes, despiertos, inactivos, entre otros, ... (p.1). Dentro de los grupos de interés no sólo se encuentra colaboradores como

accionistas, de igual manera existe influencia de colaboradores, clientes, proveedores, estos *stakeholders* pueden ser de procesos o servicios que son claves para la organización.

### **Comunicación estratégica principio clave para la gestión sostenible de las organizaciones**

La comunicación organizacional es una estrategia en donde existe un espacio donde se construyen relaciones sólidas, un ambiente laboral óptimo y el bienestar de sus integrantes, por ello se alinea a una misión, visión, objetivos y cultura organizacional, que son previamente analizadas y establecidos, la comunicación es el soporte de un mensaje verbal o no verbal, dentro de las organizaciones este método fortalece el lado humano, en razón de que orienta a las conductas y puede establecer relaciones a largo plazo para el éxito de la empresa.

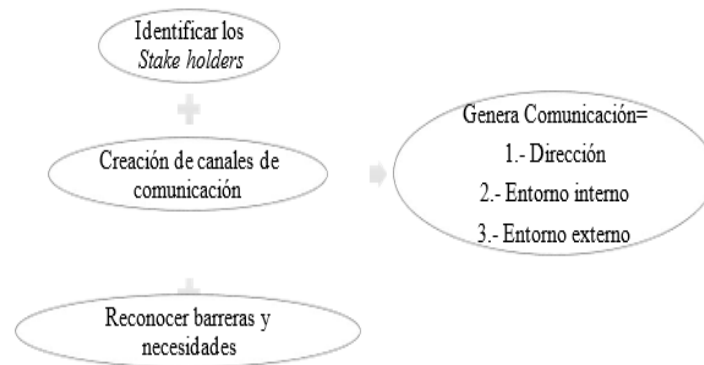
Se requiere de una planeación estratégica de la comunicación organizacional, por medio de ella resulta una herramienta vital para el ejercicio del liderazgo, sus elementos están bajo una comunicación efectiva, eficaz y apropiada, estos mensajes gestionados por los directores deben ir en la misma línea que los objetivos estratégicos de la organización, ayuda y beneficia a la gestión de los *stakeholders*.

Con este criterio expuesto, coincide con Carillo (2009) menciona los adelantos de la ciencia de administrativas y de la comunicación, han sido una guía de suma importancia en el camino de un nuevo enfoque organizacional, que integra diferentes escenarios en los que interviene la organización, es el motor de las transformaciones que se ejecutan en el interior y exterior de la empresa. (p. 58)

### **Identificación y evaluación de *stakeholders* con la dirección estratégica**

Para identificar los *stakeholders* de la empresa debemos definir la mejor dirección para llegar a ellos, crear canales de comunicación que intervienen parte interna y externa de la empresa, lo cual conlleva a reconocer barreras y necesidades en relación con la comunicación. Éstos tres pasos generan una comunicación en primer lugar con la dirección, en segundo lugar, entorno interno y en tercer lugar entorno externo.

**Figura 1.** *Stakeholders* identificación y comunicación



**Fuente:** elaboración propia

El objetivo de vincular los *stakeholders* es para operar bajo un marco de sostenibilidad y sustentabilidad en distintas actividades, comunicar apropiadamente nuestra misión, visión y valores de la empresa.

### **Gestión de la PV priorizar y visualizar**

El concepto de PV lo menciona Bourne en su libro gestión de los *stakeholders* (2013), la gestión de PV tiene el fin que las empresas logren sus objetivos planteados y su ventaja competitiva.

Por lo tanto, coincide con Baro (2011) quien propone la vinculación de los *stakeholders* es la fuente de ventajas competitivas y cita rawlins que infiere en el modelo sistemático e integral de gestión de vínculos con los *stakeholders* en cuatro etapas (p.140 – 141)

- Establecer un listado de *stakeholders* según sus vínculos:
- Vínculos posibilidades, facilitan el funcionamiento de la organización.
- Vínculos funcionales, construyen el *input* es cualquier recurso que sea necesario para algún proyecto producto y el *output* es el que designa el producto que debe salir de una empresa o industria.
- Vínculos normativos, quienes comparten los valores en la realidad de la empresa.
- Vínculos difusos, la contribución no está definida, por ejemplo, los líderes comunitarios o las ONG.

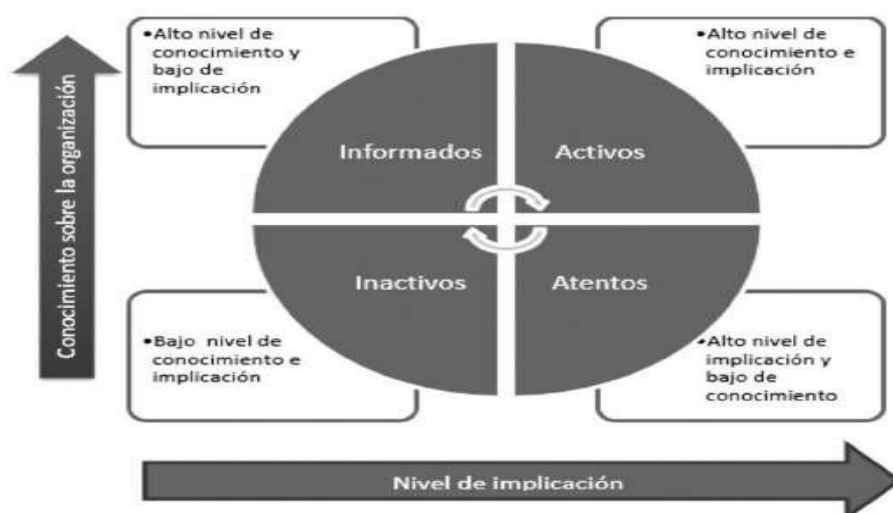
Priorizar por atributo, según Mitchel, Agle y Wood (1997) clasifican a los *stakeholders* en función a tres atributos (p.865 – 873)

- Atributo de Poder: Son *stakeholders* es que pueden influir en decisiones de la empresa.
- Atributo de Legitimidad: Son *stakeholders* qué pueden dar su punto de vista sobre un proceso de la organización.
- Atributo de Urgencia: Ocurre en el momento que las partes interesadas necesitan atención inmediata o en el tiempo que resultan críticas.

Teorizar por su situación según Baro (2011) cita a Hallahan clasifica a los *stakeholders* según el nivel de conocimiento que posee sobre la empresa (p. 147):

- Inactivos, su nivele es bajo en cuanto a nivel de conocimiento e implicación.
- Atentos, están involucrados pero su nivel de conocimiento es bajo.
- Informados, su nivel de conocimiento es alto, pero poseen un bajo grado de involucrarse en la empresa.
- Activos, las partes interesadas están involucrados y tienen conocimiento sobre la organización.

**Figura 2.** Priorizar por situación



**Fuente:** Tomado de Baro 2011 (p. 147)

Priorizar por estrategia comunicacional, son las partes interesadas con mayor jerarquía son más atentos y activos.

### 1.3. Creación de valor a través de la responsabilidad social empresarial

Según el punto de vista la teoría neoclásica, el valor económico es la diferencia entre el costo de producción y el precio que se paga por un bien o servicio, el valor económico puede apropiarse de los demás, mientras que el valor no económico, son las experiencias, valores morales, aprendizajes y perduran en el tiempo, al maximizar el valor para los *stakeholders*, se debe considerar el valor económico como no económico.

Se concuerda con Porter (1991) comunica que la empresa es una cadena que crea valor entre sus *stakeholders*, beneficiándose en cuanto a ventajas competitivas, propone Actividades primarias o principales y Actividades de apoyo:

**Figura 3.** Componentes de la Cadena de Valor.

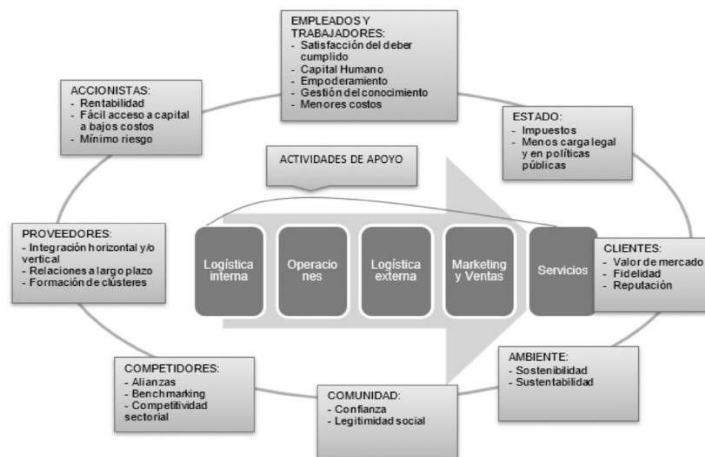


**Fuente:** Tomado de Porter, M. (1991)

Las Actividades primarias o principales se relacionan al servicio, comercialización y fabricación, por otra parte, las Actividades de apoyo son actividades primarias, en estas cadenas de valor intervienen los *stakeholders* que también generan valor con sus acciones, se obtiene una herramienta estratégica de ventaja competitiva.

En la figura seis se pueden observar los múltiples tipos de valor, tanto externos como internos, que se puede adaptar y aportar a los *stakeholders* mediante una cadena de valor, aportan competitividad para la empresa, pero requieren cierto tiempo para obtenerlos, mediante que las empresas realicen una gestión estratégica de RSE. La cadena de valor puede ser económico, social, ambiental, humano y de relaciones, que deben ser integradas para sus *stakeholders*, se debe generar una estrategia para el mismo sujeta a la alineación con los objetivos de la organización.

**Figura 4.** Valor que aportan los *stakeholders* en la Cadena de Valor



**Fuente:** Tomado de Porter, M. (1991)

### Gestión de relaciones

Para generar la gestión de relaciones primero se debe conocer nuestros objetivos y requisitos del negocio saber y tener información del equipo de trabajo y departamentos de la organización, toma en cuenta las características principales de la empresa, que beneficia a la mejora de ventas, marketing, fidelización, optimización del servicio, mediante la capacitación de nuevas ideas y estrategias.

De acuerdo con Krick (2006) representa un modelo de relaciones efectivas con los *stakeholders* enfatiza en el mapa del proceso, se puede visualizar diferentes etapas, mediante estos períodos se generan metas, acciones, herramientas, producto específico y un resultado final, para gestionar los *stakeholders*, es importante la planificación y el desarrollo de capacidades, para gestionar de manera eficaz a nuestros grupos de interés, para esto se necesita un compromiso constante que requiere la dependencia de la calidad de relaciones que se construyen, mediante la confianza y transparencia, sin dejar de lado que se debe integrar la estrategia general de la organización.

### Gestión de riesgos

En ciclo de gestión de riesgos se basa desde la misión y visión es el conocimiento sobre donde se ejecuta, después se comprende las políticas de riesgos como se identifican los riesgos del proceso que se está realiza, por consiguiente, se califica la probabilidad de impacto ya sea extremo, alto, moderado y bajo, inmediatamente

se definen los controles, de antemano se realiza un monitoreo y seguimiento, finalmente se comunica y socializa el desempeño del proceso.

Mediante el modelo de ISO 26000 promueve directrices sobre RSE, se puede efectuar de la siguiente manera, según Intriago (2018):

- Comprender los principios y directrices ISO 26000, importancia de la RSE y sus *stakeholders*.
- Examinar la situación actual de la institución sobre RSE y sus *stakeholders*, identificar las áreas de mejora.
- Desarrollo de un plan de acción, se establece objetivos, procedimientos, comunicación con sus *stakeholders*, de acuerdo con los principios ISO 26000.
- Gestionar las acciones planificadas como formación del personal, creación de procedimientos y políticas.
- Evaluación y seguimiento, ajustar el plan de acción y mejora continua.
- Mantener dialogo con las partes interesadas sobre los logros y compromisos de RSE tanto interno como externo.
- Mejora continua en base a los resultados de evaluación y retroalimentación.

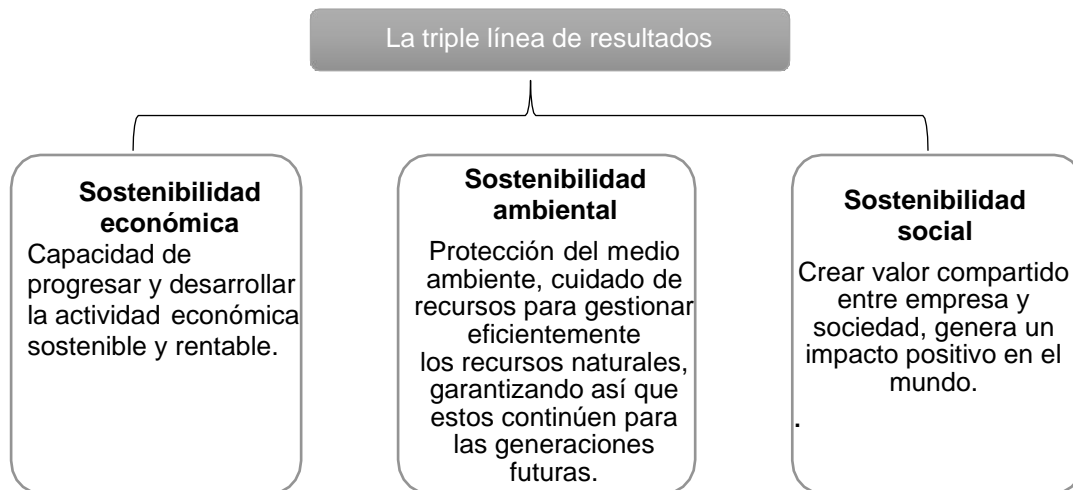
La implementación del modelo ISO 26000 puede prevenir riesgos, como son riesgos de reputación se da por la pérdida de confianza en todos sus *stakeholders*, la dificultad para retener talento y atraerlo, previene riesgos legales en cuanto a multas y sanciones, daños de la propiedad y el medio ambiente.

### **Grupos de interés y responsabilidad social empresarial**

La gestión sostenible de los grupos de interés, es la capacidad de respuesta que tiene una organización frente a los efectos de sus acciones, cada vez se suman más empresas a la implementación de estrategias, políticas y buenas prácticas de RSE, con el fin de mejorar las relaciones con sus *stakeholders* quienes ayudan a obtener un resultado positivo en cuanto a su nivel económico, reputación y éxito

competitivo, es el camino para generar un bien común según Elkington (1994) aplica la triple línea de resultados:

**Figura 5.** La triple línea de resultados.



**Fuente:** Tomado de Elkington, 1994, p. 90 - 100.

La responsabilidad social empresarial se apoya directamente de la gestión sostenible de los grupos de interés, visto que de esa forma no se limita a crear solamente un valor para el accionista, busca la difusión de un crecimiento integral que sea perdurable en el tiempo y el desarrollo sostenible para todos.

## CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO

### 2.1. Consideraciones metodológicas

#### Tipo de investigación

Para Bauce (2016) el tipo de investigación se establece en función del problema planteado, los objetivos y la manera como se desea abordar.

El enfoque de la investigación es cuantitativo, que se caracteriza por privilegiar el dato como esencia sustancial de su argumentación. El dato es la expresión concreta que simboliza una realidad. Esta afirmación se sustenta en el principio de que lo que no se puede medir no es digno de credibilidad. Por ello, todo debe estar soportado en el número, en el dato estadístico que aproxima a la manifestación del fenómeno estudiado sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y los *stakeholders*.

En el marco de la investigación descriptiva se conocen las señales del fenómeno y se busca revelar su presencia en una población específica. El proceso utiliza tendencia central y análisis de datos discretos. En este ámbito es posible, pero no necesario, formular una hipótesis descriptiva,

Este tipo de investigación mide, evalúa o recolecta datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno que se desea Investigar en este caso la variable que corresponde con la RSE. En este sentido, se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ella, para así identificarlos, clasificarlos, caracterizarlos, entre otros aspectos para llegar a conclusiones viables para la investigación.

El tipo de investigación correlacional, se señala que tiene como propósito conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables en un contexto particular Bauce (2016), explica que, aunque no se establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno. La utilidad y el propósito principal de estos estudios es saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas que en esta investigación sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y los *stakeholders* en la empresa Avícola Pérez.

En el mismo orden de ideas, se puntualiza que la investigación es de tipo explicativa, de acuerdo con Suárez (2016), tiene como objetivo ampliar el conocimiento ya existente sobre algo de lo que sabemos poco, o nada. De esta forma, se centra en los detalles, permitiéndonos conocer más a fondo un fenómeno, que en este caso es sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y los *stakeholders*.

### **Diseño de investigación**

Según Suárez (2016) el diseño de la investigación consiste en la definición de la forma en cómo se va a ser realizada, depende de los propósitos de la misma, en tanto para Bauce (2016), a través de él, se indican las observaciones que se deben hacer, cuántas observaciones hacer, qué tipo de análisis debe aplicarse y qué conclusiones podrán obtenerse a partir del análisis de los resultados. En resumen, este estudio utilizó una metodología de investigación que implica el proceso de observación directa de la realidad sobre la variable de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y los *stakeholders*, en un tiempo específico, es decir, una investigación no experimental-transeccional

Además, es una investigación con diseño de campo, puesto que se obtuvo los datos relacionados con la variable, directamente de su fuente primaria, es decir, de la empresa Avícola Pérez cual conforma la población objeto de estudio. En ese sentido, para Suárez (2016) consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variables.

### **Definición operacional**

Desde el punto de vista funcional y operacional la responsabilidad social se expone como un sistema estratégico de gestión integral que conceptúa las relaciones de la organización con sus partes interesadas, en el ámbito económico, social y ambiental, con un ambiente característico y general.

**Tabla 1.** Operacionalización de la variable

Variable	Subdimensión 1	Subdimensión 2	Indicadores	Ítems
	Responsabilidad Social Empresarial	Sistema Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capital humano</li> <li>○ Atracción y gestión de talentos</li> <li>○ Participación en actividades culturales</li> <li>○ Protección a la familia</li> <li>○ Asunto con las comunidades locales</li> </ul>	1-19
		Subsistema Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gobierno corporativo</li> </ul>	20-47
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gestión económica y financiera</li> <li>○ Socios comerciales, proveedores, consumidores</li> <li>○ Practicas justas de operación</li> </ul>	
		Subsistema Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gestión ambiental</li> <li>○ Estrategia climática</li> <li>○ Desempeño ambiental</li> </ul>	48-54
		Interrelaciones del Sistema	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Expectativas de <i>stakeholders</i></li> <li>○ Rendición de cuentas</li> </ul>	55-59

Fuente: elaboración propia

### Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El cuestionario para Meneses (2011) lo define como un instrumento estandarizado, con un formato estructurado por preguntas, se utiliza para la recolección de datos a lo largo del trabajo de la investigación.

El cuestionario se elaboró en base a los principios recogidos en los instrumentos de gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, se enfatiza en la propuesta

por los organismos internacionales, como es el Pacto Global, la Agenda 2030, la Norma ISO 26000, el cuestionario final está conformado por cincuenta y nueve

(59) ítems, para cada pregunta las respuestas posibles se presentan de la siguiente manera:

**Tabla 2.** Escala de medición del cuestionario

<b>Puntajes</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Rango</b>	<b>Valor cualitativo</b>	<b>Grado de presencia de la dimensión</b>
5	Siempre	5,00 – 4,01	Positiva	Alta presencia
4	Casi Siempre	4,00 – 3,01	Positiva	Alta presencia
3	Algunas veces	3,00 – 2,01	Intermedia	Moderada presencia
2	Casi nunca	2,00 – 1,01	Negativa	Baja presencia
1	Nunca	1,00 – 0,00	Negativa	Baja presencia

Fuente: elaboración propia

### **Población y muestra**

Acorde con López (2004) es el conjunto completo de elementos, que se desea conocer en la indagación, el que integra a personas o cualquier tipo de entidad, debido a que sea significativo para el estudio. La población es clave para la investigación debido a que la información es específica y generalizable.

**Delimitación Espacial:** Provincia Tungurahua, Cantón Ambato, Localidad Samanga Centro – Avícola Pérez.

**Delimitación Poblacional:** Colaboradores, Clientes, Proveedores

**Población:** 67

**Tabla 3. Colaboradores – Avícola Pérez**

Colaboradores: se integran por departamentos:	
Recursos Humanos	1
Financiero	3
Marketing	1
Producción	2
Logística	1
Compras	1
Legal	1
Atención al Cliente	1
Medio Ambiente	2
Seguridad Industrial	3
Guardia	1
Trabajadores	35
Gerente	1
<b>Total:</b>	<b>53</b>

**Fuente:** elaboración propia

**Tabla 4: Proveedores – Avícola Pérez**

Proveedores:	
Más relevantes	4
<b>Total:</b>	<b>4</b>

**Fuente:** elaboración propia

Dentro de los proveedores más importantes encontramos a los siguientes:

Incunbandina: Proporciona la venta de pollita bebé.

AFABA: Provee suministros alimentarios para las aves.

Avihol y Tadec: Otorga medicina para las aves.

#### **Tabla 5**

#### **Clientes – Avícola Pérez**

Clientes:	
Más relevantes	10
Total: 10	

**Fuente:** elaboración propia

Mediante los clientes más relevantes encontramos a diez debido a que son consumidores más frecuentes y llevan un rango de 1000 a 9500 cubetas.

#### **Muestra**

En conformidad con López (2004) la muestra es un “subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación, la muestra es una parte respectiva de la población” (p.1), la muestra es importante en la investigación a consecuencia de que se puede recopilar datos de manera eficaz, es una técnica no probabilística, se selecciona a las personas de la muestra que se desea indagar

Muestreo aleatorio por conveniencia de acuerdo con Morphol (2017) es aquella técnica que permite seleccionar algunos casos accesibles que pueden ser incluidos, son técnicas de muestreo no probabilístico y no aleatorio, en correlación con Sampieri (2019) esta técnica representa las muestras de la población que son seleccionadas porque están convenientemente disponibles para el investigador.

En concordancia con la delimitación espacial de la empresa Avícola Pérez, la muestra será hacia 62 personas, por el motivo de que en los colaboradores se ha seleccionado a un representante en las áreas de: Recursos Humanos, Financiero, Marketing, Producción, Logística, Compras, Legal, Atención al Cliente, Medio Ambiente, Seguridad Industrial, Guardia y Gerente, pero en los trabajadores se ha tomado en cuenta a los 35 trabajadores.

De acuerdo con la población y muestra se realiza un cuestionario, en un formato estructurado de preguntas, se realiza a las 62 personas explicadas anteriormente, por medio de ello fueron validados mediante el instrumento Alfa de Cronbach en base a Romero (2009) explica que es un modelo que permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida por medio de un conjunto de ítems que se espera que mida en la misma dimensión teórica, la habilidades de un instrumento infiere en el grado en que este mida aquello que se desea medir, por el contrario la fiabilidad estima en la correlación de los ítems establecidos en un instrumento, toman en cuenta, el más cerca se encuentra el valor de alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados.

**Tabla 6.** Validación de la encuesta dirigida a la empresa Avícola Pérez y sus *stakeholders*

Estadísticas de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N.º de artículos
,882	60

**Fuente:** elaboración propia.

En ese sentido para determinar la confiabilidad del instrumento de medición de esta investigación, se aplicó el cuestionario a diez (10) sujetos dentro de la organización, podemos inferir que el Alfa de Cronbach fue de 0,882; por lo tanto, indica que el cuestionario tiene una alta confiable interna y es válido el instrumento a utilizarse para alcanzar los objetivos planteados en la investigación, el número de ítems es el número de preguntas en el cuestionario que son 60 preguntas, mediante la figura estadísticos de confiabilidad podemos observar una descripción general del nivel de compromiso de la empresa con las prácticas de RSE, se identifica áreas en las que se puede mejorar el desempeño de RSE.

### **Chi cuadrado**

El estadístico chi cuadrado, se refiere a una estadística para comparar la distribución que se puede visualizar los datos con la distribución teórica, ayuda a evaluar la independencia entre dos variables (Nolberto & Ponce, 2008).

a. Planteamiento de la hipótesis

H0= No tiene relación la Responsabilidad Social Empresarial con los *stakeholders*

H1= Tiene relación la Responsabilidad Social Empresarial con los *stakeholders*

H00 = E; X2e = Xt2

H10 ≠ E; X2e ≠ Xt2

### Regla de decisión

Si  $p \leq 0,05$  se rechaza H0

Cálculo significancia

Se muestra significaciones asintóticas. El nivel de significación es de 0,50.

Se visualiza la significación exacta para esta prueba.

**Conclusión:** Si la significancia  $p \leq 0,05$  se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa H1

Se rechaza la hipótesis nula, es decir tiene relación la RSE con los *stakeholders*

**Tabla 7.** Dimensión Sistema Social – Indicador Capital Humano

Preguntas				
<b>1. La pyme cuenta con presupuesto para la capacitación del talento humano</b>				
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	38	61,3	61,3
	casi nunca	12	19,4	80,6
	A veces	11	17,7	98,4
	casi siempre	1	1,6	100,0
	Total	62	100,0	100,0
<b>2. Cuenta con programas de capacitación para sus trabajadores</b>				
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	22	35,5	35,5
	casi siempre	36	58,1	93,5
	siempre	4	6,5	100,0
	Total	62	100,0	100,0
<b>3. El porcentaje invertido por la empresa en capacitación se ha incrementado en los últimos 5 años</b>				
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	14,5	14,5
	casi siempre	21	33,9	48,4
	siempre	32	51,6	100,0
	Total	62	100,0	100,0
<b>4. Se cuenta con políticas para evitar la discriminación en todos sus géneros</b>				
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	11	17,7	17,7
	A veces	10	16,1	33,9
	casi siempre	27	43,5	77,4
	siempre	14	22,6	100,0
	Total	62	100,0	100,0
<b>5. Se protegen los DDHH de sus colaboradores</b>				
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	2	3,2	3,2
	A veces	19	30,6	33,9
	casi siempre	31	50,0	83,9
	siempre	10	16,1	100,0
	Total	62	100,0	100,0
<b>6. Se han organizado modalidades de teletrabajo para que los horarios familiares sean compatibles con las necesidades laborales</b>				
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	38	61,3	61,3
	casi nunca	15	24,2	85,5
	A veces	6	9,7	95,2
	casi siempre	2	3,2	98,4
	siempre	1	1,6	100,0
	Total	62	100,0	100,0

**Fuente:** elaboración propia

Respecto al capital humano este activo es relevante para las empresas, son las habilidades, conocimientos y experiencias de los colaboradores, por ello un capital humano fuerte puede facilitar a una organización a ser más competitiva, productiva

y rentable, los resultados del análisis destacan que la empresa tiene una base de capital humano-sólida, los *stakeholders* tienen un alto nivel de educación, experiencia y están satisfechos con su trabajo, no obstante existen algunas áreas en las que se puede mejorar como la formación y el progreso profesional.

- Análisis por subdimensión
- Capacitación: De acuerdo con el presupuesto del talento humano la empresa si dispone, pero no se utiliza de manera eficiente, en el último año solo el 61,3% han recibido capacitación
- Desarrollo profesional: La entidad no cuenta con programas de desarrollo profesional formalizados, aunque se encuentran algunas oportunidades informales para este desarrollo, como es la participación en proyectos especiales y la asistencia a conferencias.
- Inversión en capital humano: En los últimos 5 años la inversión en las capacitaciones se ha incrementado, pero de igual forma es inferior al promedio de la industria.
- Igualdad y no discriminación: La industria cuenta con políticas para evitar la discriminación en todos sus niveles, no obstante, algunos colaboradores perciben que son discriminados por su género
- Bienestar laboral: Avícola Pérez se preocupa por el bienestar laboral, pero algunos colaboradores sobrecargados de trabajo y estresados.

Lo que corrobora que las empresas nacen de la mente humana, tanto en su concepción como en su operatividad diaria, la relación de todos sus *stakeholders* es fundamental para el desarrollo de un negocio competitivo y sostenible.

**Tabla 8.** Dimensión Sistema Social - Indicador Atracción y gestión de talentos

Preguntas				
<b>7. Se otorga reconocimientos a los colaboradores de alto desempeño.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	39	62,9	62,9	62,9
casi nunca	11	17,7	17,7	80,6
A veces	10	16,1	16,1	96,8
casi siempre	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>8. Se ha establecido un programa de participación de utilidades o bono por desempeño</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	25	40,3	40,3	40,3
casi nunca	17	27,4	27,4	67,7
A veces	13	21,0	21,0	88,7
casi siempre	6	9,7	9,7	98,4
siempre	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>9. Se ofrece beneficios salariales iguales o superiores al promedio del sector</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	1	1,6	1,6	1,6
casi nunca	1	1,6	1,6	3,2
A veces	11	17,7	17,7	21,0
casi siempre	17	27,4	27,4	48,4
siempre	32	51,6	51,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>10. Se adopta el diálogo social como mecanismo para resolver conflictos de intereses entre sus colaboradores.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido casi nunca	5	8,1	8,1	8,1
A veces	18	29,0	29,0	37,1
casi siempre	38	61,3	61,3	98,4
siempre	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>11. Se otorga reconocimientos a los colaboradores de alto desempeño</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	36	58,1	58,1	58,1
casi nunca	18	29,0	29,0	87,1
A veces	6	9,7	9,7	96,8
casi siempre	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>12. Se cuenta por programas de educación sobre seguridad e higiene laboral</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido casi nunca	6	9,7	9,7	9,7
casi siempre	26	41,9	41,9	51,6
siempre	30	48,4	48,4	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>13. Se ha adecuado sus instalaciones para evitar la propagación del COVID-19.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	32	51,6	51,6	51,6
casi siempre	29	37,1	37,1	88,7
siempre	7	11,3	11,3	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>14. Ofrece a sus colaboradores programas o beneficios en el área de salud.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	12	19,4	19,4	19,4
casi siempre	26	41,9	41,9	61,3
siempre	24	38,7	38,7	100,0
Total	62	100,0	100,0	

**Fuente:** elaboración propia

La empresa crea una fuerza laboral que impulsa el crecimiento, la innovación, la gestión de talentos, en áreas de competitividad y sostenibilidad a largo plazo, no obstante, se hallan diversas áreas que pueden mejorar, de esta manera pueden atraer y retener talento aún más sólido.

#### Análisis por subdimensión

- Reconocimiento al desempeño: En la organización se realizan reconocimientos por el alto desempeño, pero algunos empleados están insatisfechos y puesto que nunca reciben un reconocimiento.
- Programa de desempeño de participación de utilidades o bono por desempeño: Se percibe una falta de semejanza entre el desempeño individual con las recompensas económicas.
- Beneficios salariales: La mayoría de los trabajadores comunican que los beneficios salariales que ofrece la organización son iguales al promedio del sector, pero un valor restante de colaboradores no está seguro con la información.
- Dialogo social: Al resolver conflictos de interés, es importante un diálogo abierto y transparente entre la empresa y sus *stakeholders*, sin embargo, el 37,1% no lo percibe así.

- Reconocimiento por su desempeño: La mayoría de los empleados nunca reciben reconocimientos por su alto desempeño, la empresa tiene escasez en mecanismos adecuados para la identificación y el reconocimiento en áreas del desempeño sobresaliente.
- Capacitación en seguridad e higiene laboral: La empresa tiene programas de educación sobre la seguridad e higiene laboral, es importante asegurarse que todos sus colaboradores estén al tanto y tengan acceso a la información y formación, para que así su trabajo sea seguro y saludable.
- Medidas para prevenir el COVID-19: Dentro de cualquier organización es importante tener medidas de prevención contra el COVID-19, los trabajadores consideran que la empresa se adapta a las nuevas circunstancias.
- Beneficios en la salud: Ayuda a atender las necesidades y a la contribución del bienestar del empleado, no obstante, un 19,4% no lo percibe de esta forma.

Por tal razón la tracción y gestión de talentos, va de la mano con la gestión de relaciones, esto significa un proceso esencial para poder lograr los objetivos y ventajas competitivas sostenibles, dado que se prioriza las expectativas y necesidades para poder tomar decisiones estratégicas.

**Tabla 9.** Dimensión Sistema Social - Indicador Participación en actividades culturales

Preguntas					
<b>15. Se promueve el respeto a la identidad cultural.</b>					
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	4	6.5	6.5	6.5
	casi nunca	14	22.6	22.6	29.0
	A veces	36	58.1	58.1	87.1
	casi siempre	7	11.3	11.3	98.4
	siempre	1	1.6	1.6	100.0
	Total	62	100.0	100.0	
<b>16. Se permite a los colaboradores promover actividades culturales.</b>					
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	32	51.6	51.6	51.6
	A veces	23	37.1	37.1	88.7
	casi siempre	4	6.5	6.5	95.2
	siempre	3	4.8	4.8	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

**Fuente:** elaboración propia

La participación en actividades culturales ayuda al desarrollo integral de los tres ejes fundamentales personas, comunidades y sociedad, es una inversión hacia el bienestar individual y colectivo.

#### Análisis por subdimensión

- Consideración a identidades culturales: La empresa considera que al fomentar una cultura de respeto que va de la mano con la tolerancia, es parte de la diversidad cultural que existe en su organización, pero el 41,9% no está seguro con esta opinión.
- Fomentar actividades culturales: La mayoría de los colaboradores consideran que es importante la creación de espacios, para así poder compartir sus intereses culturales y realizar actividades que beneficia en la vida laboral.

Lo que corrobora con las actividades primarias y de apoyo, ligado a la gestión de los *stakeholders*, son componentes importantes para la creación de la cadena de valor sólida.

**Tabla 10.** Dimensión Sistema Social - Indicador Protección a la familia

Pregunta					
<b>17. La pyme ofrece beneficios a las familias de sus colaboradores, educación de los hijos de los colaboradores.</b>					
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	42	67,7	67,7	67,7
	casi nunca	11	17,7	17,7	85,5
	A veces	7	11,3	11,3	96,8
	casi siempre	2	3,2	3,2	100,0
	Total	62	100,0	100,0	

**Fuente:** elaboración propia

Es importante realizar la protección a la familia porque contribuye al desarrollo social sostenible, con ayuda de sus operaciones y estrategias, con aportaciones positivas a las familias, comunidad y a la sociedad.

#### Análisis por subdimensión

- Beneficios de educación para sus colaboradores: La mayoría de los colaboradores no perciben que la empresa realiza estas prácticas, por lo

tanto, afecta de forma negativa a su bienestar familiar y a su compromiso con la organización.

Las partes interesadas en unión a la protección de la familia se funda como aspecto primordial, todos los individuos o grupos que están relacionados significativamente con las actividades y decisiones de la organización, se incluye a los proveedores, accionistas, empleados y sus familias, su derecho son los beneficios de las prácticas de la empresa responsable que promueve el bienestar integral

**Tabla 11.** Dimensión Sistema Social - Indicador Asuntos con las comunidades locales

Preguntas				
<b>18. Se cuenta con presupuesto para llevar a cabo proyectos sociales.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido casi nunca	2	3.2	3.2	3.2
A veces	11	17.7	17.7	21.0
casi siempre	25	40.3	40.3	61.3
siempre	24	38,7	38,7	100.0
Total	62	100.0	100.0	
<b>19. Los métodos de contribuciones sociales utilizados por las pymes son voluntariado corporativo.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido casi nunca	2	3.2	3.2	3.2
A veces	34	54,8	54,8	58.1
casi siempre	12	19,4	19,4	77,4
siempre	14	22,6	22,6	100.0
Total	62	100.0	100.0	

**Fuente:** elaboración propia

Esta dimensión sobre el Sistema Social se basa en comprender los intereses, necesidades y las aspiraciones de las comunidades locales, se considera trabajar con ellas para así encontrar soluciones que beneficien para todos.

#### Análisis por subdimensión

- **Proyectos sociales:** La empresa reconoce la importancia de la responsabilidad social empresarial y está dispuesta a invertir en distintos proyectos sociales.
- **Contribuciones sociales:** Las partes interesadas perciben que la empresa fomenta la participación de sus colaboradores en actividades sociales, fortalece el compromiso comunitario, mejora la imagen de la organización, pero no siempre utilizan el voluntariado corporativo.

Establecer relaciones sólidas con las comunidades locales, para generar oportunidades de empleo, es un pilar fundamental para el logro sostenible de la empresa, de este modo contribuye al desarrollo local.

**Tabla 12.** Dimensión Subsistema Económico – Indicador Gobierno corporativo

Preguntas																																		
<p><b>20. Se desarrolla estrategias que reflejan su compromiso hacia la responsabilidad social.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido A veces</td> <td>38</td> <td>61.3</td> <td>61.3</td> <td>61.3</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>24</td> <td>38,7</td> <td>38,7</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido A veces	38	61.3	61.3	61.3	casi siempre	24	38,7	38,7	100.0	Total	62	100.0	100.0											
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido A veces	38	61.3	61.3	61.3																														
casi siempre	24	38,7	38,7	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>21. Se demuestra compromiso y rendición de cuentas a sus partes interesadas.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>45</td> <td>72,6</td> <td>72,6</td> <td>72,6</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>10</td> <td>16.1</td> <td>16.1</td> <td>88,7</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>91,9</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>5</td> <td>8.1</td> <td>8.1</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	45	72,6	72,6	72,6	casi nunca	10	16.1	16.1	88,7	A veces	2	3.2	3.2	91,9	casi siempre	5	8.1	8.1	100.0	Total	62	100.0	100.0	
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido nunca	45	72,6	72,6	72,6																														
casi nunca	10	16.1	16.1	88,7																														
A veces	2	3.2	3.2	91,9																														
casi siempre	5	8.1	8.1	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>22. Se crean procesos de comunicación con las partes interesadas.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido casi nunca</td> <td>1</td> <td>1,6</td> <td>1,6</td> <td>1,6</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>21</td> <td>33,9</td> <td>33,9</td> <td>35,5</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>39</td> <td>62,9</td> <td>62,9</td> <td>98,4</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>1</td> <td>1,6</td> <td>1,6</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido casi nunca	1	1,6	1,6	1,6	A veces	21	33,9	33,9	35,5	casi siempre	39	62,9	62,9	98,4	siempre	1	1,6	1,6	100.0	Total	62	100.0	100.0	
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido casi nunca	1	1,6	1,6	1,6																														
A veces	21	33,9	33,9	35,5																														
casi siempre	39	62,9	62,9	98,4																														
siempre	1	1,6	1,6	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>23. Se mantendrá los índices de solvencia y prudencia financiera que permitan cumplir sus obligaciones de acuerdo con las regulaciones que se dictan para el efecto.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido A veces</td> <td>15</td> <td>24.2</td> <td>24.2</td> <td>24.2</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>38</td> <td>61.3</td> <td>61.3</td> <td>85.5</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>9</td> <td>14.5</td> <td>14.5</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido A veces	15	24.2	24.2	24.2	casi siempre	38	61.3	61.3	85.5	siempre	9	14.5	14.5	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido A veces	15	24.2	24.2	24.2																														
casi siempre	38	61.3	61.3	85.5																														
siempre	9	14.5	14.5	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>24. Se promueven políticas contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>11</td> <td>17.7</td> <td>17.7</td> <td>17.7</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>44</td> <td>71.0</td> <td>71.0</td> <td>88.7</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>5</td> <td>8.1</td> <td>8.1</td> <td>96.8</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	11	17.7	17.7	17.7	casi nunca	44	71.0	71.0	88.7	A veces	5	8.1	8.1	96.8	casi siempre	2	3.2	3.2	100.0	Total	62	100.0	100.0	
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido nunca	11	17.7	17.7	17.7																														
casi nunca	44	71.0	71.0	88.7																														
A veces	5	8.1	8.1	96.8																														
casi siempre	2	3.2	3.2	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>25. Se implementarán mecanismos de prevención de lavado de activos conforme a las disposiciones constantes en la legislación vigente.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>44</td> <td>71.0</td> <td>71.0</td> <td>71.0</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>12</td> <td>19.4</td> <td>19.4</td> <td>90.3</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>4</td> <td>6.5</td> <td>6.5</td> <td>96.8</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	44	71.0	71.0	71.0	casi nunca	12	19.4	19.4	90.3	A veces	4	6.5	6.5	96.8	casi siempre	2	3.2	3.2	100.0	Total	62	100.0	100.0	
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido nunca	44	71.0	71.0	71.0																														
casi nunca	12	19.4	19.4	90.3																														
A veces	4	6.5	6.5	96.8																														
casi siempre	2	3.2	3.2	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>26. Se determina los requisitos y las condiciones necesarias para el acceso a los préstamos del fondo de Liquidez y a las coberturas del seguro de depósitos</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido A veces</td> <td>11</td> <td>17.7</td> <td>17.7</td> <td>17.7</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>20</td> <td>32.3</td> <td>32.3</td> <td>50.0</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>31</td> <td>50.0</td> <td>50.0</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido A veces	11	17.7	17.7	17.7	casi siempre	20	32.3	32.3	50.0	siempre	31	50.0	50.0	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido A veces	11	17.7	17.7	17.7																														
casi siempre	20	32.3	32.3	50.0																														
siempre	31	50.0	50.0	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>27. Se han desarrollado nuevas tecnologías para mejorar las capacidades de acción y optimización de procesos.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido casi nunca</td> <td>29</td> <td>46,8</td> <td>46,8</td> <td>46,8</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>24</td> <td>38,7</td> <td>38,7</td> <td>85,5</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>9</td> <td>14,5</td> <td>14,5</td> <td>100,0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido casi nunca	29	46,8	46,8	46,8	A veces	24	38,7	38,7	85,5	casi siempre	9	14,5	14,5	100,0	Total	62	100,0	100,0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido casi nunca	29	46,8	46,8	46,8																														
A veces	24	38,7	38,7	85,5																														
casi siempre	9	14,5	14,5	100,0																														
Total	62	100,0	100,0																															

Fuente: elaboración propia

El gobierno corporativo ayuda con sus principios y normas para regular la forma en que se dirige o controla una empresa, por ello se definen las responsabilidades de los diferentes involucrados es decir cada *stakeholders*.

Análisis por subdimensión

- Estrategias de compromiso de RSE: La empresa muestra un avance positivo en la integración de estrategias de RSE, no obstante, no se implementa de manera consciente en toda la organización
- Rendición de cuentas de sus partes interesadas: De acuerdo con los porcentajes la empresa debe mejorar su comunicación y transparencia con todas sus partes interesadas.
- Procesos de comunicación: La mayoría de los encuestados comunican que la organización crea procesos de comunicación con sus colaboradores, pero existe un menor índice de opiniones, por ejemplo, la comunicación debería fluir más y ser más efectiva con sus *stakeholders*.

- Índices de solvencia y prudencia financiera: Los resultados de las preguntas fueron positivas, pero se debe evaluar y gestionar los riesgos financieros de manera adecuada.
- Políticas contra la corrupción: La empresa implementa medidas de anticorrupción y fomenta una cultura íntegra y ética, pero el 17,7% consideran que esto nunca curre.
- Prevención de lavado de activos: La organización no implementa mecanismos de prevención de lavado de activos a pesar de que cumpla con las regulaciones vigentes.
- Acceso a fondos y coberturas: Se determina los requisitos para el acceso a préstamos de fondo de liquidez, pero el 50% requiere que la empresa se comunique claramente sobre sus procesos y requisitos de estos préstamos.
- Desarrollo de nuevas tecnologías: La adaptación de nuevas tecnologías ayuda a la competitividad y la eficiencia.

En este contexto el GRI (*Global Reportan Initiative*) y el gobierno corporativo son mecanismos para que las distintas organizaciones reconozcan, cuantifiquen y comuniquen su desempeño mediante un entorno sostenible, puesto que demuestran así su compromiso con la RSE y aspectos ambientales.

**Tabla 13.** Dimensión Subsistema Económico - Indicador Gestión económica financiera

Preguntas																																							
<p><b>28. Se reciben depósitos a la vista y a plazo, bajo cualquier mecanismo o modalidad autorizada.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A veces</td> <td>10</td> <td>16.1</td> <td>16.1</td> <td>16.1</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>31</td> <td>50.0</td> <td>50.0</td> <td>66.1</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>21</td> <td>33.9</td> <td>33.9</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	A veces	10	16.1	16.1	16.1	casi siempre	31	50.0	50.0	66.1	siempre	21	33.9	33.9	100.0	Total	62	100.0	100.0											
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
A veces	10	16.1	16.1	16.1																																			
casi siempre	31	50.0	50.0	66.1																																			
siempre	21	33.9	33.9	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>29. Otorga préstamos a sus socios.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nunca</td> <td>42</td> <td>67.7</td> <td>67.7</td> <td>67.7</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>8</td> <td>12.9</td> <td>12.9</td> <td>80.6</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>10</td> <td>16.1</td> <td>16.1</td> <td>96.8</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	nunca	42	67.7	67.7	67.7	casi nunca	8	12.9	12.9	80.6	A veces	10	16.1	16.1	96.8	casi siempre	2	3.2	3.2	100.0	Total	62	100.0	100.0						
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
nunca	42	67.7	67.7	67.7																																			
casi nunca	8	12.9	12.9	80.6																																			
A veces	10	16.1	16.1	96.8																																			
casi siempre	2	3.2	3.2	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>30. Se conservan objetos en depósito para su custodia y arrendador casilleros/cajas de seguridad para depósitos de valores.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nunca</td> <td>11</td> <td>17.7</td> <td>17.7</td> <td>17.7</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>28</td> <td>45.2</td> <td>45.2</td> <td>62.9</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>21</td> <td>33.9</td> <td>33.9</td> <td>96.8</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	nunca	11	17.7	17.7	17.7	casi nunca	28	45.2	45.2	62.9	A veces	21	33.9	33.9	96.8	casi siempre	2	3.2	3.2	100.0	Total	62	100.0	100.0						
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
nunca	11	17.7	17.7	17.7																																			
casi nunca	28	45.2	45.2	62.9																																			
A veces	21	33.9	33.9	96.8																																			
casi siempre	2	3.2	3.2	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>31. Se invierte, en este orden: en el Sector Financiero Popular y Solidario, sistema financiero nacional y en el mercado secundario de valores.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nunca</td> <td>27</td> <td>43.5</td> <td>43.5</td> <td>43.5</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>18</td> <td>29.0</td> <td>29.0</td> <td>72.6</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>15</td> <td>24.2</td> <td>24.2</td> <td>96.8</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	nunca	27	43.5	43.5	43.5	casi nunca	18	29.0	29.0	72.6	A veces	15	24.2	24.2	96.8	casi siempre	2	3.2	3.2	100.0	Total	62	100.0	100.0						
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
nunca	27	43.5	43.5	43.5																																			
casi nunca	18	29.0	29.0	72.6																																			
A veces	15	24.2	24.2	96.8																																			
casi siempre	2	3.2	3.2	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>32. Se realizan valoraciones éticas a tu portafolio de inversiones financieras.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nunca</td> <td>27</td> <td>43.5</td> <td>43.5</td> <td>43.5</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>21</td> <td>33.9</td> <td>33.9</td> <td>77.4</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>8</td> <td>12.9</td> <td>12.9</td> <td>90.3</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>4</td> <td>6.5</td> <td>6.5</td> <td>96.8</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	nunca	27	43.5	43.5	43.5	casi nunca	21	33.9	33.9	77.4	A veces	8	12.9	12.9	90.3	casi siempre	4	6.5	6.5	96.8	siempre	2	3.2	3.2	100.0	Total	62	100.0	100.0	
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
nunca	27	43.5	43.5	43.5																																			
casi nunca	21	33.9	33.9	77.4																																			
A veces	8	12.9	12.9	90.3																																			
casi siempre	4	6.5	6.5	96.8																																			
siempre	2	3.2	3.2	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>33. Se incorpora información de su desempeño social en los estados financieros.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nunca</td> <td>23</td> <td>37.1</td> <td>37.1</td> <td>37.1</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>28</td> <td>45.2</td> <td>45.2</td> <td>82.3</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>7</td> <td>11.3</td> <td>11.3</td> <td>93.6</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>4</td> <td>6.5</td> <td>6.5</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	nunca	23	37.1	37.1	37.1	casi nunca	28	45.2	45.2	82.3	A veces	7	11.3	11.3	93.6	casi siempre	4	6.5	6.5	100.0	Total	62	100.0	100.0						
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
nunca	23	37.1	37.1	37.1																																			
casi nunca	28	45.2	45.2	82.3																																			
A veces	7	11.3	11.3	93.6																																			
casi siempre	4	6.5	6.5	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>34. Se ha manejado un cupo de crédito para el grupo fuera del rango establecido en la Ley Orgánica de economía popular y solidaria.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nunca</td> <td>18</td> <td>29.0</td> <td>29.0</td> <td>29.0</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>28</td> <td>45.2</td> <td>45.2</td> <td>74.2</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>15</td> <td>24.2</td> <td>24.2</td> <td>98.4</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>1</td> <td>1.6</td> <td>1.6</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	nunca	18	29.0	29.0	29.0	casi nunca	28	45.2	45.2	74.2	A veces	15	24.2	24.2	98.4	casi siempre	1	1.6	1.6	100.0	Total	62	100.0	100.0						
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
nunca	18	29.0	29.0	29.0																																			
casi nunca	28	45.2	45.2	74.2																																			
A veces	15	24.2	24.2	98.4																																			
casi siempre	1	1.6	1.6	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>35. Se ha recibido préstamos de instituciones financieras y no financieras del país y del exterior.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nunca</td> <td>1</td> <td>1.6</td> <td>1.6</td> <td>1.6</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>4.8</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>8</td> <td>12.9</td> <td>12.9</td> <td>17.7</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>30</td> <td>48.4</td> <td>48.4</td> <td>66.1</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>21</td> <td>33.9</td> <td>33.9</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	nunca	1	1.6	1.6	1.6	casi nunca	2	3.2	3.2	4.8	A veces	8	12.9	12.9	17.7	casi siempre	30	48.4	48.4	66.1	siempre	21	33.9	33.9	100.0	Total	62	100.0	100.0	
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
nunca	1	1.6	1.6	1.6																																			
casi nunca	2	3.2	3.2	4.8																																			
A veces	8	12.9	12.9	17.7																																			
casi siempre	30	48.4	48.4	66.1																																			
siempre	21	33.9	33.9	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>36. Se canalizan los recursos destinados al desarrollo del sector financiero popular y solidario.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Válido</th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje válido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nunca</td> <td>40</td> <td>64.5</td> <td>64.5</td> <td>64.5</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>13</td> <td>21.0</td> <td>21.0</td> <td>85.5</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>8</td> <td>12.9</td> <td>12.9</td> <td>98.4</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>1</td> <td>1.6</td> <td>1.6</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	nunca	40	64.5	64.5	64.5	casi nunca	13	21.0	21.0	85.5	A veces	8	12.9	12.9	98.4	casi siempre	1	1.6	1.6	100.0	Total	62	100.0	100.0						
Válido	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado																																			
nunca	40	64.5	64.5	64.5																																			
casi nunca	13	21.0	21.0	85.5																																			
A veces	8	12.9	12.9	98.4																																			
casi siempre	1	1.6	1.6	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				

Fuente: elaboración propia

La gestión económica financiera es primordial para la sostenibilidad y el éxito de las organizaciones.

#### Análisis por subdimensión

- Depósitos a la vista y a plazo: La empresa adquiere capacitaciones de recursos.
- Préstamos a socios: La mayoría de las veces la organización nunca otorga préstamos a sus socios, esto dificulta el desarrollo económico de sus colaboradores.
- Conservación de objetos en depósito: Es un ente positivo puesto que genera ingresos adicionales, por lo que diversifica la oferta de productos.
- Inversión: La distribución de inversiones ayuda a mitigar riesgos y maximizar la rentabilidad.
- Valoraciones éticas: Estas valoraciones ayudan a mejorar la toma de decisiones de inversión que están alineados con los valores de la empresa.
- Desempeño social: Un 82.3% indica que la empresa no informa sobre su desempeño social de sus estados financieros, por lo que es negativo para su rendición de cuentas y su transparencia.
- Cupo de crédito: La empresa debe realizar cupos de crédito según las leyes establecidas
- Préstamos: La organización considera que debe mantener un nivel de endeudamiento sostenible.
- Recursos: La empresa no canalizan los recursos al desarrollo del sector financiero según un 85,5%.

Apoya la gestión económica financiera y el mercado interno, porque son importantes para el éxito de una empresa, se debe comprender y gestionar los factores de manera responsable, por tal motivo a largo plazo se genera valores económicos sostenibles, que contribuye al bienestar de la sociedad y a la protección del medio ambiente.

**Tabla 14.** Dimensión Subsistema Económico - Indicador Socios comerciales proveedores consumidores

Preguntas																																		
<p><b>37. Se mantiene relaciones armónicas con stakeholders externos.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido casi nunca</td> <td>3</td> <td>4.8</td> <td>4.8</td> <td>4.8</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>12</td> <td>19.4</td> <td>19.4</td> <td>24.2</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>18</td> <td>29.0</td> <td>29.0</td> <td>53.2</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>29</td> <td>46.8</td> <td>46.8</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido casi nunca	3	4.8	4.8	4.8	A veces	12	19.4	19.4	24.2	casi siempre	18	29.0	29.0	53.2	siempre	29	46.8	46.8	100.0	Total	62	100.0	100.0	
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido casi nunca	3	4.8	4.8	4.8																														
A veces	12	19.4	19.4	24.2																														
casi siempre	18	29.0	29.0	53.2																														
siempre	29	46.8	46.8	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>38. Se informa a sus socios sobre su compromiso social.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>39</td> <td>62.9</td> <td>62.9</td> <td>62.9</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>14</td> <td>22.6</td> <td>22.6</td> <td>85.5</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>9</td> <td>14.5</td> <td>14.5</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	39	62.9	62.9	62.9	casi nunca	14	22.6	22.6	85.5	A veces	9	14.5	14.5	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido nunca	39	62.9	62.9	62.9																														
casi nunca	14	22.6	22.6	85.5																														
A veces	9	14.5	14.5	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>39. El criterio de evaluación para la selección de sus proveedores ha sido la ética.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido A veces</td> <td>13</td> <td>21.0</td> <td>21.0</td> <td>21.0</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>31</td> <td>50.0</td> <td>50.0</td> <td>71.0</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>18</td> <td>29.0</td> <td>29.0</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido A veces	13	21.0	21.0	21.0	casi siempre	31	50.0	50.0	71.0	siempre	18	29.0	29.0	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido A veces	13	21.0	21.0	21.0																														
casi siempre	31	50.0	50.0	71.0																														
siempre	18	29.0	29.0	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>40. Se impulsan las operaciones por vía telemática para reducir la influencia de clientes a oficinas/centros de servicios.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido casi nunca</td> <td>24</td> <td>38.7</td> <td>38.7</td> <td>38.7</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>34</td> <td>54.8</td> <td>54.8</td> <td>93.5</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>4</td> <td>6.5</td> <td>6.5</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido casi nunca	24	38.7	38.7	38.7	A veces	34	54.8	54.8	93.5	casi siempre	4	6.5	6.5	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido casi nunca	24	38.7	38.7	38.7																														
A veces	34	54.8	54.8	93.5																														
casi siempre	4	6.5	6.5	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>41. Se han flexibilizado los plazos de pagos de créditos y moratorias en hipotecas.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido casi nunca</td> <td>17</td> <td>27.4</td> <td>27.4</td> <td>27.4</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>38</td> <td>61.3</td> <td>61.3</td> <td>88.7</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>7</td> <td>11.3</td> <td>11.3</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido casi nunca	17	27.4	27.4	27.4	A veces	38	61.3	61.3	88.7	casi siempre	7	11.3	11.3	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido casi nunca	17	27.4	27.4	27.4																														
A veces	38	61.3	61.3	88.7																														
casi siempre	7	11.3	11.3	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															
<p><b>42. Se han realizado préstamos para cubrir los gastos corrientes (habituales).</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido A veces</td> <td>10</td> <td>16.1</td> <td>16.1</td> <td>16.1</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>36</td> <td>58.1</td> <td>58.1</td> <td>74.2</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>dieciséis</td> <td>25.8</td> <td>25.8</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido A veces	10	16.1	16.1	16.1	casi siempre	36	58.1	58.1	74.2	siempre	dieciséis	25.8	25.8	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																														
Válido A veces	10	16.1	16.1	16.1																														
casi siempre	36	58.1	58.1	74.2																														
siempre	dieciséis	25.8	25.8	100.0																														
Total	62	100.0	100.0																															

**Fuente:** elaboración propia

Es primordial para las organizaciones tener una buena relación con sus *stakeholders*.

Análisis por subdimensión

- Relaciones armónicas: La empresa otorga relaciones positivas con todos sus *stakeholders*, esto resulta un éxito a largo plazo.
- Compromiso social: Un 62,9% indica que la organización no informa sus socios sobre su compromiso, afecta al impacto social de la empresa, su transparencia y la rendición de cuentas.
- Criterio de evaluación: Cuentan con un compromiso de ética empresarial y responsabilidad social en base a la cadena de suministros.
- Operaciones por vía telemática: La empresa se adapta a las tecnologías digitales en beneficio hacia la atención del cliente y gestión de operaciones.
- Plazos de pago: Existe flexibilidad en cuanto a los plazos de pagos.
- Préstamos para cubrir gastos habituales: Los colaboradores se sienten ayudados por la empresa en soluciones financieras.

Avalan la clasificación de los *stakeholders* de Argandoña (2010) ofrece una amplia gama de categorías, integra características y nivel de involucramiento, al enfocarse en socios comerciales, proveedores y consumidores en la organización se beneficia por que fortalece sus relaciones y optimizar sus recursos.

**Tabla 15.** Dimensión Subsistema Económico – Indicador Prácticas justas de operación

Preguntas				
<b>43. Se desarrolla redes de servicios financieros entre sus afiliadas.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	42	67,7	67,7	67,7
casi nunca	dieciséis	25,8	25,8	93,5
A veces	1	1,6	1,6	95,1
casi siempre	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>44. Se canalizan recursos destinados al desarrollo del sector financiero popular y solidario</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	33	53,2	53,2	53,2
casi nunca	18	29,0	29,0	82,3
A veces	9	14,5	14,5	96,8
casi siempre	1	1,6	1,6	98,4
siempre	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>45. Se funciona como cámara de compensación entre sus afiliadas.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	34	54,8	54,8	54,8
casi nunca	21	33,9	33,9	88,7
A veces	3	4,8	4,8	93,5
casi siempre	3	4,8	4,8	98,4
siempre	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>46. Se exhibe en lugar público el certificado de autorización de funcionamiento, concedido por la Superintendencia</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	29	46,8	46,8	46,8
casi nunca	24	38,7	38,7	85,5
A veces	8	12,9	12,9	98,4
casi siempre	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	
<b>47. Se protege los derechos de los usuarios de los servicios financieros, de valores y seguros.</b>				
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	4	6,5	6,5	6,5
casi nunca	5	8,1	8,1	14,5
A veces	9	14,5	14,5	29,0
casi siempre	13	21,0	21,0	50,0
siempre	31	50,0	50,0	100,0
Total	62	100,0	100,0	

**Fuente:** elaboración propia

En cuanto a las prácticas justas de operación es importante el bienestar animal, cumplimiento con las leyes, crear confianza con los colaboradores, seguridad alimentaria y tener un desarrollo sostenible.

Análisis por subdimensión

- Redes de servicios financieros: El 93,5% indican que la organización no es transparente en su gestión, es un aspecto negativo en vista de que en las Avícolas se debe generar confianza en los consumidores tanto en la calidad como en la seguridad de sus productos.
- Recursos para el desarrollo: La empresa puede generar iniciativas para el mejoramiento de la producción, comercialización y accesibilidad de sus productos.
- Cámara de compensación: Es un aspecto positivo en cuanto a la prestación de servicios dado que apoyan a los demás productores.
- Certificado de autorización: La organización al adquirir distintos certificados para su funcionamiento crea confianza y fiabilidad con sus colaboradores.

- Protección de los derechos de los usuarios: Al proteger los derechos de los usuarios, influye en la resolución óptima de los conflictos que la empresa otorga a cada una de sus partes interesadas.

Reafirma las memorias según *Global Reporting Initiative (GRI) (2013)*, en primera instancia el preparar se enfoca en la elaboración de memorias de sostenibilidad enfocadas en las prácticas justas de operación, ayuda a que las empresas demuestren su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial, hecho que genera confianza entre sus colaboradores, en consecuencia, contribuye a un futuro más justo y equitativo.

**Tabla 16.** Dimensión Subsistema Ambiental – Indicador Gestión ambiental

Preguntas					
<b>48. Apoyan los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.</b>			<b>50. Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente.</b>		
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	
Válido	A veces	11	17.7	17.7	17.7
	casi siempre	22	35.5	35.5	53.2
	siempre	29	46.8	46.8	100.0
	Total	62	100.0	100.0	
<b>49. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental</b>					
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	
Válido	casi nunca	2	3.2	3.2	3.2
	A veces	10	16.1	16.1	19.4
	casi siempre	25	40.3	40.3	59.7
	siempre	25	40.3	40.3	100.0
	Total	62	100.0	100.0	
Válido	nunca	10	16.1	16.1	16.1
	casi nunca	36	58.1	58.1	74.2
	A veces	5	8.1	8.1	82.3
	casi siempre	10	16.1	16.1	98.4
	siempre	1	1.6	1.6	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

**Fuente:** elaboración propia

La organización opera de manera sostenible, minimiza su impacto negativo en

Análisis por subdimensión

- Métodos de prevención: Los encuestados comunican que la empresa está comprometida con la prevención de problemas ambientales, lo que beneficia a reducir su impacto ambiental y puede evitar costos futuros.
- Promover una mayor responsabilidad ambiental: La empresa está comprometida con la responsabilidad ambiental en todos los niveles de la organización. Fomenta el desarrollo y la difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente: Sin embargo, a pesar de los resultados obtenidos anteriormente, el desarrollo de nuevas tecnologías ambientales es escasas.

En contraste la ISO 26000 de RSE, en el aspecto ambiental fomenta la protección del medio ambiente en la gestión responsable de los recursos naturales.

**Tabla 17.** Dimensión Subsistema Ambiental – Indicador Estrategia climática

Preguntas																																							
<p><b>51. Ha definido lineamientos para contribuir con la estrategia de cambio climático del país.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>31</td> <td>50.0</td> <td>50.0</td> <td>50.0</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>28</td> <td>45.2</td> <td>45.2</td> <td>95,2</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>1</td> <td>1.6</td> <td>1.6</td> <td>96,8</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	31	50.0	50.0	50.0	casi nunca	28	45.2	45.2	95,2	A veces	1	1.6	1.6	96,8	casi siempre	2	3.2	3.2	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																																			
Válido nunca	31	50.0	50.0	50.0																																			
casi nunca	28	45.2	45.2	95,2																																			
A veces	1	1.6	1.6	96,8																																			
casi siempre	2	3.2	3.2	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>52. Se invierte en proyectos que contribuyen a la mitigación de los efectos del cambio climático.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>5</td> <td>8.1</td> <td>8.1</td> <td>8.1</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>5</td> <td>8.1</td> <td>8.1</td> <td>16.1</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>9</td> <td>14.5</td> <td>14.5</td> <td>30,6</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>17</td> <td>27.4</td> <td>27.4</td> <td>58.1</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>26</td> <td>41,9</td> <td>41,9</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	5	8.1	8.1	8.1	casi nunca	5	8.1	8.1	16.1	A veces	9	14.5	14.5	30,6	casi siempre	17	27.4	27.4	58.1	siempre	26	41,9	41,9	100.0	Total	62	100.0	100.0	
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																																			
Válido nunca	5	8.1	8.1	8.1																																			
casi nunca	5	8.1	8.1	16.1																																			
A veces	9	14.5	14.5	30,6																																			
casi siempre	17	27.4	27.4	58.1																																			
siempre	26	41,9	41,9	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				

**Fuente:** elaboración propia

La organización se adapta a los impactos del cambio climático, tiene un compromiso al mitigar su contribución en las emisiones de gases de efecto invernadero.

#### Análisis por subdimensión

- Contribución con las estrategias de cambio climático del país: la mayoría de los encuestados perciben que la empresa no proporciona estrategias para combatir el cambio climático del país.
- Inversión de proyectos que contribuyen a la mitigación de los efectos del cambio climático: A pesar de las estrategias del cambio climático que fueron negativas, la empresa destina sus recursos para proyectos para la mitigación del cambio climático y puede contribuir a la lucha contra la emergencia climática.

Concuerda con la norma SA 8000 promueve la responsabilidad social en las prácticas laborales justas, beneficia a los trabajadores, a distintos *stakeholders* y contribuye con estrategias climáticas más sostenibles.

**Tabla 18.** Dimensión Subsistema Ambiental – Indicador Desempeño ambiental

Preguntas					
<b>53. Se destina recursos para la protección del medio ambiente.</b>					
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	2	3.2	3.2	3.2
	A veces	10	16.1	16.1	19.4
	casi siempre	25	40.3	40.3	59.7
	siempre	25	40.3	40.3	100.0
	Total	62	100.0	100.0	
<b>54. Elaborar informes de desempeño ambiental.</b>					
		Frecuencia	Por ciento	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	10	16.1	16.1	16.1
	casi nunca	36	58.1	58.1	74.2
	A veces	6	9.7	9.7	83.9
	casi siempre	8	12.9	12.9	96.8
	siempre	2	3.2	3.2	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

**Fuente:** elaboración propia

Mediante este diseño se puede minimizar el impacto negativo en las actividades Avícolas, en cuanto al medio ambiente, contribuye a la sostenibilidad del planeta.

#### Análisis por subdimensión

- Recursos para la protección del medio ambiente: Los resultados son positivos, porque la empresa está comprometida con la protección hacia el medio ambiente, destina recursos a este fin.
- Elaboración de informes de desempeño ambiental: A pesar de los recursos que destina la empresa para el cuidado del medio ambiente, no realiza informes del desempeño, es importante la elaboración de estos documentos porque pueden medir el progreso de la empresa en materia ambiental.

En conformidad con la Declaración de Estocolmo concuerda con la importancia del desempeño ambiental, las organizaciones contribuyen a un futuro más sostenible.

**Tabla 19.** Dimensión Interrelaciones del Sistema – Indicador Expectativas de grupos de interés

Preguntas																																							
<p><b>55. Promueve mecanismos para conocer las expectativas de sus stakeholders internos.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>7</td> <td>11.3</td> <td>11.3</td> <td>11.3</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>23</td> <td>37.1</td> <td>37.1</td> <td>48.4</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>25</td> <td>40.3</td> <td>40.3</td> <td>88.7</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>7</td> <td>11.3</td> <td>11.3</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	7	11.3	11.3	11.3	casi nunca	23	37.1	37.1	48.4	A veces	25	40.3	40.3	88.7	casi siempre	7	11.3	11.3	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																																			
Válido nunca	7	11.3	11.3	11.3																																			
casi nunca	23	37.1	37.1	48.4																																			
A veces	25	40.3	40.3	88.7																																			
casi siempre	7	11.3	11.3	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>57. Identifica las acciones que satisfacen simultáneamente las expectativas del entorno sistémico y del sistema</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>30</td> <td>48.4</td> <td>48.4</td> <td>48.4</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>14</td> <td>22.6</td> <td>22.6</td> <td>71.0</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>12</td> <td>19.4</td> <td>19.4</td> <td>90.3</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>4</td> <td>6.5</td> <td>6.5</td> <td>96.8</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	30	48.4	48.4	48.4	casi nunca	14	22.6	22.6	71.0	A veces	12	19.4	19.4	90.3	casi siempre	4	6.5	6.5	96.8	siempre	2	3.2	3.2	100.0	Total	62	100.0	100.0	
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																																			
Válido nunca	30	48.4	48.4	48.4																																			
casi nunca	14	22.6	22.6	71.0																																			
A veces	12	19.4	19.4	90.3																																			
casi siempre	4	6.5	6.5	96.8																																			
siempre	2	3.2	3.2	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>56. Promueve mecanismos para conocer las expectativas de su entorno específico</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>34</td> <td>54.8</td> <td>54.8</td> <td>54.8</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>21</td> <td>33.9</td> <td>33.9</td> <td>88.7</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>1</td> <td>1.6</td> <td>1.6</td> <td>90.3</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>6</td> <td>9.7</td> <td>9.7</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	34	54.8	54.8	54.8	casi nunca	21	33.9	33.9	88.7	A veces	1	1.6	1.6	90.3	casi siempre	6	9.7	9.7	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																																			
Válido nunca	34	54.8	54.8	54.8																																			
casi nunca	21	33.9	33.9	88.7																																			
A veces	1	1.6	1.6	90.3																																			
casi siempre	6	9.7	9.7	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				

**Fuente:** elaboración propia

De acuerdo con esta dimensión la empresa comprende las preocupaciones, necesidades y aspiraciones de su entorno, crea así relaciones sólidas y duraderas.

#### Análisis por subdimensión

- Mecanismos para promover expectativas de *stakeholders* internos: La organización realiza estas actividades ocasionalmente, se debe recopilar y comprender las distintas expectativas de sus *stakeholders* internos.
- Mecanismos para conocer las expectativas de su entorno específico: La empresa no realiza esfuerzos suficientes para conocer las expectativas del entorno específico.
- Satisfacción simultáneamente: A la organización le dificulta identificar acciones que satisfagan las expectativas de su entorno sistemático y del sistema, por ende, genera conflictos y dificultad para lograr los objetivos planteados.

Los *stakeholders* se gestionan de manera sostenible, crea un impacto positivo en la sociedad y medio ambiente, también se enfoca en la generación del bien común, que integran la triple línea, que son las dimensiones económicas, sociales ambientales, por medio de ello genera valor compartido a todos sus colaboradores.

Tabla 20. Dimensión Interrelaciones del Sistema – Indicador Rendición de cuentas

Preguntas																																							
<p><b>58. Coloca a disposición de los socios la información financiera social de la entidad, conforme a las disposiciones emitidas por el gobierno provincial.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>56</td> <td>90.3</td> <td>90.3</td> <td>90.3</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>6</td> <td>9.7</td> <td>9.7</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	56	90.3	90.3	90.3	casi nunca	6	9.7	9.7	100.0	Total	62	100.0	100.0																
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																																			
Válido nunca	56	90.3	90.3	90.3																																			
casi nunca	6	9.7	9.7	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>60. Coloca a disposición del público en general, la información sociofinanciera de la empresa.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>15</td> <td>24.2</td> <td>24.2</td> <td>24.2</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>21</td> <td>33.9</td> <td>33.9</td> <td>58.1</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>23</td> <td>37.1</td> <td>37.1</td> <td>95.2</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>2</td> <td>3.2</td> <td>3.2</td> <td>98.4</td> </tr> <tr> <td>siempre</td> <td>1</td> <td>1.6</td> <td>1.6</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	15	24.2	24.2	24.2	casi nunca	21	33.9	33.9	58.1	A veces	23	37.1	37.1	95.2	casi siempre	2	3.2	3.2	98.4	siempre	1	1.6	1.6	100.0	Total	62	100.0	100.0	
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																																			
Válido nunca	15	24.2	24.2	24.2																																			
casi nunca	21	33.9	33.9	58.1																																			
A veces	23	37.1	37.1	95.2																																			
casi siempre	2	3.2	3.2	98.4																																			
siempre	1	1.6	1.6	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				
<p><b>59. Suministra al gobierno provincial, información para mantener al día el registro de la central de riesgos.</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Frecuencia</th> <th>Por ciento</th> <th>Porcentaje valido</th> <th>Porcentaje acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Válido nunca</td> <td>25</td> <td>40.3</td> <td>40.3</td> <td>40.3</td> </tr> <tr> <td>casi nunca</td> <td>28</td> <td>45.2</td> <td>45.2</td> <td>85.5</td> </tr> <tr> <td>A veces</td> <td>5</td> <td>8.1</td> <td>8.1</td> <td>93.5</td> </tr> <tr> <td>casi siempre</td> <td>4</td> <td>6.5</td> <td>6.5</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>62</td> <td>100.0</td> <td>100.0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado	Válido nunca	25	40.3	40.3	40.3	casi nunca	28	45.2	45.2	85.5	A veces	5	8.1	8.1	93.5	casi siempre	4	6.5	6.5	100.0	Total	62	100.0	100.0						
	Frecuencia	Por ciento	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado																																			
Válido nunca	25	40.3	40.3	40.3																																			
casi nunca	28	45.2	45.2	85.5																																			
A veces	5	8.1	8.1	93.5																																			
casi siempre	4	6.5	6.5	100.0																																			
Total	62	100.0	100.0																																				

**Fuente:** elaboración propia

Mediante la rendición de cuentas se toma decisiones estratégicas e informadas para mejorar la eficiencia, la sostenibilidad y rentabilidad.

Análisis por subdimensión

- Disposición de información financiera social de la identidad: El 90,3% comunican que la empresa no cumple con la obligación sobre la disposición financiera social, es un aspecto negativo porque no obedece con las disposiciones del gobierno provincial.
- Suministro de información: La empresa no cumple con la obligación sobre la transparencia informativa hacia el gobierno provincial, se debe tener un mayor cumplimiento con el registro actualizado y debe ser confiable.
- Información socio financiera de la empresa: se debe tener a disposición la información financiera de la organización, porque el 58,1% aseguran que no lo tienen.

Corrobora con la Rendición de cuentas a las partes interesadas, porque construye relaciones sólidas, duraderas, genera valor compartido y contribuye aun factor más sostenible.

## CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LOS RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1. Análisis de resultados

### 3.2. Análisis de la media por preguntas y del límite superior e inferior

**Tabla 21.** Factores que infieren en los elementos de valor de una estrategia de RSE a través de sus *stakeholders*.

Grado de presencia de la dimensión	Rango	Subdimensiones						
		Capital humano	Atracción y gestión de talentos	Participación en actividades culturales	Protección a la familia	Asunto con las comunidades locales	Gobierno corporativo	Gestión económica y financiera
Alta presencia	(5,00 - 4,01)	-	-	-	-	-	4,47	-
Alta presencia	(4,00 – 3,01)	3,13	3,14	-	-	3,88	-	-
Moderada presencia	(3,00 – 2,01)	-	-	2,72	-	-	-	2,88
Baja presencia	(2,00 – 1,01)	-	-	-	1,5	-	-	-
Baja Presencia	(1,00 – 0,00)	-	-	-	-	-	-	-

Grado de presencia de la dimensión	Rango	Subdimensiones						
		Socios comerciales, proveedor, consumidores	Prácticas justas de operación	Gestión ambiental	Estrategia climática	Desempeño ambiental	Expectativas de stakeholders	Rendición de cuentas
Alta presencia	(5,00 - 4,01)	-	-	-	-	-	-	-
Alta presencia	(4,00 – 3,01)	3,23	-	3,59	-	3,23	-	-
Moderada presencia	(3,00 – 2,01)	-	2,09	-	2,73	-	2,04	-
Baja presencia	(2,00 – 1,01)	-	-	-	-	-	-	1,72
Baja Presencia	(1,00 – 0,00)	-	-	-	-	-	-	-

**Fuente:** elaboración propia (2024), a partir de tablas anteriores

La organización ha demostrado un avance considerable en términos de RSE, específicamente en disciplinas de gestión economía, financiera, desempeño ambiental y rendición de cuentas. No obstante, subsisten oportunidades para mejorar en áreas de participación en actividades culturales, protección a la familia, gestión de relaciones con las comunidades locales, prácticas justas de operación y estrategia climática.

Basándonos en estas subdimensiones, al plantear los objetivos tangibles y verificables de cada área, la empresa Avícola Pérez logrará desarrollar una estrategia de RSE sostenible y que responda a las necesidades de sus partes interesadas, por ello podrá generar un impacto positivo en la comunidad, medio ambiente y la sociedad en general.

**A continuación, se presentan estrategias sobre los:**

Principales elementos de valor de una estrategia de RSE a través de sus *stakeholders* para la empresa Avícola Pérez

En base al análisis que antecede en la tabla resumen se presentan estrategias de RSE que generen valor a la organización.

**Tabla 22.** Estrategias

Participación en actividades culturales:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y asociarse con organizaciones culturales locales.</li> <li>- Patrocinar eventos culturales locales.</li> <li>- Ofrecer a los empleados la oportunidad de participar en actividades culturales.</li> </ul>
Protección a la familia:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer una licencia parental extendida a los empleados.</li> <li>- Brindar programas de cuidado infantil a los empleados.</li> <li>- Fomentar el trabajo flexible.</li> </ul>
Gestión de relaciones con las comunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un comité de relaciones con la</li> </ul>

locales:	<p>comunidad que incluya representantes de la empresa y de las comunidades locales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar e implementar programas de apoyo a las comunidades locales.</li> <li>- Fomentar la comunicación y la colaboración con las comunidades locales.</li> </ul>
Prácticas justas de operación:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar un código de ética empresarial que describa las expectativas de la empresa en materia de ética y responsabilidad social.</li> <li>- Brindar capacitación a los empleados sobre prácticas justas de operación.</li> <li>- Realizar auditorías periódicas para garantizar el cumplimiento de las prácticas justas de operación.</li> </ul>
Estrategia climática:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar una auditoría energética para identificar oportunidades de ahorro de energía.</li> <li>- Invertir en tecnologías de eficiencia energética.</li> <li>- Comprar energía renovable.</li> <li>- Reducir el consumo de agua.</li> <li>- Reciclar y compostar residuos ambientales y la sociedad en general.</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia

No se descarta que todos los elementos analizados en este proyecto son importantes, pero para efecto didáctico se presentan estas estrategias al tener una presencia baja dentro de la organización.

## CONCLUSIONES

- La revisión teórica reveló en cuanto al mundo globalizado actual, la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es fundamental, debido a que por medio de ellas las empresas pueden demostrar sus operaciones de manera responsable y ética, el impacto de estas actividades es de manera positiva en la sociedad y en el medio ambiente. Las practicas filantrópicas dejan de ser relevantes, la RSE no sólo es retribuir a la sociedad, se trata de generar y crear valor para todos los interesados.
- Al hablar sobre RSE es importante tomar en cuenta la participación de los *stakeholders*, en primera instancia se debe identificar los grupos de interés, en segundo lugar, se debe comprender las necesidades e intereses de todas las partes interesadas que pueden ser afectados por la empresa, mediante la interacción de estos grupos, la organización puede construir relaciones sólidas y confiables.
- Durante el proceso de recolección de datos a través de la encuesta, se observó que la organización cuenta con un sólido capital humano, adquiere relaciones positivas con sus partes interesadas, sin embargo, existen áreas de mejora como es con la responsabilidad social, brindar capacitaciones, desarrollo profesional y tener transparencia con su alrededor, al implementar una estrategia de RSE, que sea alineada con las necesidades de sus *stakeholders*, la empresa Avícola Pérez puede aumentar su competitividad, fortalecer su reputación y sobre todo contribuir al desarrollo sostenible.

## RECOMENDACIONES

- Implementar un sistema integral de RSE puede incluir indicadores claves de desempeño por ejemplo SMART (específicos, medibles, alcanzables, realistas, tiempo limitado), por medio de ello se definen responsabilidades y roles concretos para la gestión y el seguimiento de prácticas de RSE.
- Identificar a todos los *stakeholders* relevantes de la organización, plantear canales de comunicación sólidos con mecanismos formales, para poder mantener a los grupos de interés informados para que participen en la toma de decisiones sobre las actividades de RSE de la empresa.
- Tener a disposición informes de RSE anuales, estos deben ser claros y concisos, en base al desempeño de la organización, respecto a todos los estándares, marcos y dimensiones de RSE reconocidos internacionalmente, se debe tomar en cuenta que estos informes deben estar fácilmente disponibles para los *stakeholders*, sin embargo, se estimó la ejecución de una auditoría externa de los informes de RSE para respaldar su confiabilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adams, W. M. (2006). *The Future of Sustainability: Re-thinking Environment and Development in the Twenty-first Century* (pp. 1–18). Gland, Switzerland: World Conservation Union.
- Argandoña, A. (2010). ¿Qué quiere decir “gestión de los *stakeholders*”? IESE Business School. Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo.
- Armijos, J. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial. Una óptica desde los stakeholders*. Quito, Ecuador: Editorial Universitaria.
- Barajas Maldonado, A. (2019, marzo 18). Ecuador y su consumo per cápita de 227 huevos anuales. Industria Avícola. Recuperado de <https://www.industriaavicola.net/mercados-y-negocios/ecuador-y-su-consumo-per-capita-de-227-huevos-anuales/>
- Baro, M. (2011). Jerarquización de *stakeholders* para la construcción del capital social de las organizaciones. *Mediaciones Sociales*, (9), 135-162.
- Barnard. (1961). *Teoría del equilibrio de Barnard*. Quito, Ecuador: Ediciones Académicas.
- Bauce, G. (2016). *¿Por qué el Problema de investigación?* Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela.
- Bohórquez, C. (2016). *Un panorama de la Responsabilidad Social Empresarial y el desafío de su implementación en Colombia*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Bourne, L. (2013). *Gestión de stakeholders*. Bogotá: Editorial EAN.

Bowen, H. (1953). Responsabilidades sociales del empresario. Sociaemprende.

Bunge, M. (1986). Epistemología. Quito, Ecuador: Universidad de Quito Press.

Cáceres, D. (2015). *Stakeholders: Base de la Sostenibilidad Empresarial*.

Bogotá, Colombia: Editorial Universitaria Colombiana.

Carrillo Durán, M., Núñez de Prado Clavell, S., Tato Jiménez, J., Pérez Delgado, J. P., & Castillo Díaz, A. (2009). Comunicación integral y responsabilidad social en las organizaciones. México D.F., México: Pearson Education.

Corbetta, P. (2010). Metodología y Técnicas de Investigación Social. Madrid, España: McGraw-Hill.

Correa, G., & Jaramillo, J. (2010). Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social. Semestre Económico, 13(26), 87-102.

Distrito Metropolitano de Quito. (2012). Responsabilidad Social para el Distrito Metropolitano de Quito. Ordenanza Metropolitana No.333. Quito, Ecuador.

Durán, J. (2011). Gestión en valores en la empresa socialmente responsable.

Madrid, España: Editorial Complutense.

Elkington, J. (1994). Towards the Suitable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. California Management Review, 36(2), 90-100.

Estévez, C. E. (2015). El Camino de la Sustentabilidad Principales Estándares y Guías de RSE y Sustentabilidad Corporativa. Madrid, España: Ediciones Académicas Españolas.

FAO. (2024). Producciones avícolas. ISBN.

GALLO, E. A. V. (2023). De Estocolmo 1972 a Estocolmo 2022: Cincuenta años después.

González, E. (2007). La teoría de los *stakeholders*: Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. Barcelona, España: Editorial Académica Española.

GONZÁLEZ, A. (1998). Marketing preventivo. La comunicación de crisis en la empresa. Barcelona: Bosch Editorial.

Gruning, J., & Hunt, T. (1989). Managing Public Relations. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.

Hernández, R. (2010). La investigación cualitativa. Caracas, Venezuela: Universidad Simón Bolívar Press.

Hueso, A., & Cascant, M. J. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. Valencia, España: Editorial Universitaria Valenciana.

Intriago, R. K. C., Cedeño, B. R. T., Cedeño, R. C. T., Cedeño, K. C. T., & Intriago, R. A. C. (2018). Guía de responsabilidad social corporativa: Norma ISO 26000: 2010, desafío organizacional para un desarrollo sostenible. Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria, 4(1), 61-72.

Krick, T. (2006). El compromiso con los *stakeholders*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Latorre, R. M. (s.f.). La Normalización de la Responsabilidad Social Empresarial. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.

- Londoño, I. (2012). Aproximación al concepto de cadena de valor a la luz de la teoría de Michael Porter. Universidad de Los Andes, Bogotá, Colombia: Editorial Uniandes.
- López, F., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Barcelona, España: Editorial UOC.
- López, P. L. (2004). Población, muestra y muestreo. Punto cero, 9(08), 69-74.
- Luzuriaga, K. (2018). Análisis de la evolución de la Responsabilidad Social en Ecuador, según las corrientes teóricas de Garriga y Melé. Azuay, Ecuador: Universidad del Azuay.
- Martínez, P. N. (2005). El Global Reporting Initiative y AECA. AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, (70), 40-43.
- Méndez, J., & Peralta, D. (2014). Reflexiones respecto a la responsabilidad social empresarial y la creación de valor económico desde la perspectiva de los proveedores. Cuaderno de Contabilidad, 15(39), 625-645.
- Minaverry, C. M., López, J. R., & Gally, T. (2012). Análisis comparativo entre la norma SA 8000 y la norma ISO 26.000: 2010 en la actualidad. JEIN 2012, 12(1), 45-58.
- Mitchel, R., Agle, B., & Wood, D. (1997, octubre). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. Academy of Management Review, 22(4), 853-886.
- Mitchell, R. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience. New York: Academy of Management Review, 22(4), 853-886.

- Naranjo, M. (2019). *Investigación cualitativa*. Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Navarro, L. (2018). *La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad*. Caracas, Venezuela: Editorial Universitaria Venezolana.
- Nolberto, V., & Ponce, M. (2008). *Estadística Inferencial Aplicada*. Lima: Unidad de Post Grado de la Facultad de Educación.
- OIT. (s.f.). Organización Internacional del Trabajo. Recuperado de La Declaración de Filadelfia: <https://n9.cl/nlmv>
- Parella, S., & Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela.
- Pomboza, P. (2018). *Granjas avícolas y autosuficiencia de maíz y soya: caso Tungurahua-Ecuador*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Regeneración MX. (2019, octubre 25). En México se consumen 372 piezas de huevo per cápita al año: Sader. Recuperado de <https://regeneracion.mx/en-mexico-se-consumen-372-piezas-de-huevo-per-cápita-al-ano-sader/>
- REPÚBLICA DEL ECUADOR. CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN (CNP). (2024). *Plan Nacional de Desarrollo 2024-2025. Toda una Vida*. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Research. (1983). *Stakeholders y el bien común*. Nueva York, NY: Academic Press.

Revista Técnica Maíz y Soya. (2018, noviembre). Aumentó el consumo de huevos.  
Recuperado de  
<http://www.maizysoya.com/lector.php?id=20180920ytabla=articulos>

Rovira, C. (2016). Responsabilidad social competitiva. Barcelona: EmpresaActiva.

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación.  
Cuarta edición. México D.F., México: McGraw-HillInteramericana.

Sector Avícola en Ecuador. (2022). La Colina, 10.

Suárez, M. (2016). Elementos esenciales del diseño de la investigación. Quito,  
Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.

Unidas, N. (2023). Progresos realizados para lograr los Objetivos de Desarrollo  
Sostenible: hacia un plan de rescate para las personas y el planeta.

## ANEXOS

## CUESTIONARIO

Estimad@ colaborad@r:

Sirvan unas cortas líneas para agradecer su colaboración en responder el siguiente cuestionario, que corresponde a una investigación titulada: Responsabilidad Social Empresarial una óptica desde los *stakeholders* caso: Avícola Pérez. En tal sentido, se presentan un conjunto de reactivos para que usted coloque una valoración cuantitativa a cada de las alternativas de respuesta, destaca que 5 es el valor más alto y 1 es el valor más bajo.

Nombre de la Empresa: Avícola Pérez

---

Alternativas de Respuestas Ítem	Nunca (1)	Casi nunca (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
<b>Capital Humano</b>					
1. La pyme cuenta con presupuesto para la capacitación del talento humano					
2. Cuenta con programas de capacitación para sus trabajadores					
3. El porcentaje invertido por la empresa en capacitación se ha incrementado en los últimos 5 años					
4. Se cuenta con políticas para evitar la					

discriminación en todos sus géneros					
5. Se protegen los DDHH de sus colaboradores					
6. Se han organizado modalidades de teletrabajo para que los horarios familiares sean compatibles con las necesidades laborales					
<b>Atracción y gestión de talentos</b>					
7. Se otorga reconocimientos a los colaboradores de alto desempeño.					
8. Se tiene establecido un programa de participación de utilidades o bono por desempeño					
9. Se ofrece beneficios salariales iguales o superiores al promedio del sector					
10. Se adopta el dialogo social como mecanismo para resolver conflicto de intereses entre sus colaboradores.					
Alternativas de Respuestas	<b>(1)</b>	<b>Casi nunca (2)</b>	<b>Algunas veces (3)</b>	<b>Casi siempre (4)</b>	<b>Siempre (5)</b>
11. Se otorga reconocimientos a los colaboradores de alto desempeño		<b>Nunca</b>			
12. Se cuenta por programas de educación sobre seguridad e higiene laboral					
13. Se ha adecuado sus instalaciones para evitar					

la propagación del COVID-19.					
14. Ofrece a sus colaboradores programas o beneficios en el área de salud.					
<b>Participación en actividades culturales</b>					
15. Se promueve el respeto a la identidad cultural.					
16. Se permite a los colaboradores promover actividades culturales.					
<b>Protección a la familia</b>					
17. La pyme ofrece beneficios a las familias de sus colaboradores, educación de los hijos de los colaboradores.					
<b>Asuntos con las comunidades locales</b>					
18. Se cuenta con presupuesto para llevar desarrollar proyectos sociales.					
19. Los métodos de contribuciones sociales utilizados por las PYMES son voluntariado corporativo.					
<b>Gobierno corporativo</b>					
20. Se desarrollan estrategias que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social.					
21. Se demuestra compromiso y rendición de cuentas a sus <i>stakeholders</i> .					
22. Se crean procesos de comunicación con las partes interesadas.					

23. Se mantienen los índices de solvencia y prudencia financiera que permitan cumplir sus obligaciones de acuerdo					
con las regulaciones que se dicten para el efecto.					
24. Se promueven políticas contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno					
Item \ Alternativas de Respuestas <sup>a</sup>	(1)	Casi nunca (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
25. Se implementan mecanismos de prevención de lavado de activos conforme a las disposiciones constantes en la legislación vigente.			Nunc		
26. Se determinan los requisitos y las condiciones necesarias para el acceso a los préstamos del fondo de Liquidez y a las coberturas del seguro de depósitos					
27. Se han desarrollado de nuevas tecnologías para mejorar las capacidades de acción y optimización de procesos.					
<b>Gestión económica/ financiera</b>					
28. Se reciben depósitos a la vista y a plazo, bajo cualquier mecanismo o modalidad autorizado.					
29. Otorga préstamos a sus socios.					

30. Se conservan objetos en depósito para su custodia y arrendar casilleros/cajas de seguridad para depósitos de valores.					
31. Se invierte, en este orden: en el Sector Financiero Popular y Solidario, sistema financiero nacional y en el mercado secundario de valores.					
32. Se realizan valoraciones éticas a tu portafolio de inversiones					
33. Se incorpora información de su desempeño social en los estados financieros.					
34. Se ha manejado un cupo de crédito para el grupo fuera del rango establecido en la Ley Orgánica de. economía popular y solidaria.					
35. Se ha recibido préstamos de instituciones financieras y no financieras del país y del exterior.					
36. Se canalizan los recursos destinados al desarrollo del sector financiero popular y solidario.					
Alternativas de Respuestas <sup>a</sup>		<b>Casi nunca</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
Ítem	<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>	<b>(5)</b>
<b>Socios comerciales/proveedores/consumidores</b>					
37. Se mantienen relaciones armónicas con <i>stakeholders</i> externos.		<b>Nunc</b>			

38. Se informa a sus socios sobre su compromiso social.					
39. El criterio de evaluación para la selección de sus proveedores ha sido la ética.					
40. Se impulsan las operaciones por vía telemática para reducirla afluencia de clientes a oficinas/centros de servicios.					
41. Se han flexibilizado los plazos de pagos de créditos y moratorias en hipotecas.					
42. Se han realizado préstamos para cubrir los gastos corrientes (habituales).					
<b>Prácticas justas de operación</b>					
43. Se desarrollan redes de servicios financieros entre sus afiliadas.					
44. Se canalizan recursos destinados al desarrollo del sector financiero popular y solidario					
45. Se funciona como cámara de compensación entre sus afiliadas					
46. Se exhibe en lugar público el certificado de autorización de funcionamiento, concedido por la Superintendencia					
47. Se protege los derechos de los usuarios de los servicios financieros, de valores y seguros.					

<b>Gestión ambiental</b>					
48. Apoyan los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.					
49. Adoptan iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental					
50. Fomentan el desarrollo y la difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente.					
Alternativas de Respuestas <b>nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>	
Ítem	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Estrategia climática</b>					
51. Ha definido lineamientos para contribuir con la estrategia de cambio climático del país.			<b>Nunc</b>		
52. Se invierte en proyectos que contribuyan a la mitigación de los efectos del cambio climático					
<b>Desempeño ambiental</b>					
53. Se destina recursos para la protección del medio ambiente.					
54. Elabora informes de desempeño ambiental.					
<b>Expectativas de grupos de interés</b>					
55. Promueve mecanismos para conocer las expectativas de sus <i>stakeholders</i> internos.					
56. Promueve mecanismos para conocer las expectativas de su entorno específico					

57. Identifica las acciones que satisfacen simultáneamente las expectativas del entorno sistémico y del sistema						
<b>Rendición de cuentas</b>						
58. Coloca a disposición de los socios la información						
financiera-social de la entidad, conforme a las disposiciones emitidas por el gobierno provincial.						
59. Suministra al gobierno provincial, información para mantener al día el registro de la central de riesgos.						
60. Coloca a disposición del público en general, la información socio-financiera de la empresa.						

Tabla 27. Resumen de prueba de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las categorías de 1. La pyme cuenta con presupuesto para la capacitación del talento humano se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
2	Las categorías de 2. Cuenta con programas de capacitación para sus trabajadores se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
3	Las categorías de 3. El porcentaje invertido por la empresa en capacitación se ha incrementado en los últimos 5 años se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.002	Rechazar la hipótesis nula.
4	Las categorías de 4. Se cuenta con políticas para evitar la discriminación en todos sus géneros se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.008	Rechazar la hipótesis nula.
5	Las categorías de 5. Se protegen los DDHH de sus colaboradores se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
6	Las categorías de 6. Se han organizado modalidades de teletrabajo para que los horarios familiares sean compatibles con las necesidades laborales se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
7	Las categorías de 7. Se otorga reconocimientos a los colaboradores de alto desempeño, se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
8	Las categorías de 8. Se tiene establecido un programa de participación de utilidades o bono por desempeño se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
9	Las categorías de 9. Se ofrece beneficios salariales iguales o superiores al promedio del sector se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
10	Las categorías de 10. Se adopta el dialogo social como mecanismo para resolver conflicto de intereses entre sus colaboradores. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
11	Las categorías de 11. Se otorga reconocimientos a los colaboradores de alto desempeño se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
12	Las categorías de 12. Se cuenta por programas de educación sobre seguridad e higiene laboral se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
13	Las categorías de 13. Se ha adecuado sus instalaciones para evitar la propagación del COVID-19, se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
14	Las categorías de 14. Ofrece a sus colaboradores programas o beneficios en el área de salud, se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.062	Retener la hipótesis nula.
15	Las categorías de 15. Se promueve el respeto a la identidad cultural, se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
16	Las categorías de 16. Se permite a los colaboradores promover actividades culturales, se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
17	Las categorías de 17. La pyme ofrece beneficios a las familias de sus colaboradores, educación de los hijos de los colaboradores, se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
18	Las categorías de 18. Se cuenta con presupuesto para llevar a desarrollar proyectos sociales. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
19	Las categorías de 19. Los métodos de contribuciones sociales utilizados por las pymes son voluntario corporativo. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
20	Las categorías definidas por 20. Se desarrollan estrategias que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social. = Casi siempre y Algunas Veces se producen con las probabilidades 0.5 y 0.5.	Prueba binomial para una muestra	.099	Retener la hipótesis nula.
21	Las categorías de 21. Se demuestran compromiso y rendición de cuentas a sus stakeholders. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
22	Las categorías de 22. Se crean procesos de comunicación con las partes interesadas. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
23	Las categorías de 23. Se mantienen los índices de solvencia y prudencia financiera que permitan cumplir sus obligaciones de acuerdo con las regulaciones que se dictan para el efecto. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
24	Las categorías de 24. Se promueven políticas contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
25	Las categorías de 25. Se implementan mecanismos de prevención de lavado de activos conforme a las disposiciones constantes en la legislación vigente. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
26	Las categorías de 26. Se determinan los requisitos y las condiciones necesarias para el acceso a los préstamos del fondo de Liquidez y a las coberturas del seguro de depósitos se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.008	Rechazar la hipótesis nula.
27	Las categorías de 27. Se han desarrollado de nuevas tecnologías para mejorar las capacidades de acción y optimización de procesos. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.005	Rechazar la hipótesis nula.
28	Las categorías de 28. Se reciben depósitos a la vista y a plazo, bajo cualquier mecanismo o modalidad autorizado. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.005	Rechazar la hipótesis nula.
29	Las categorías de 29. Otorga préstamos a sus socios. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
30	Las categorías de 30. Se conservan objetos en depósito para su custodia y arrendar casilleros/ cajas de seguridad para depósitos de valores. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
31	Las categorías de 31. Se invierte, en este orden: en el Sector Financiero Popular y Solidario, sistema financiero nacional y en el mercado secundario de valores. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
32	Las categorías de 32. Se realizan valoraciones éticas a tu portafolio de inversiones se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
33	Las categorías de 33. Se incorpora información de su desempeño social en los estados financieros. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
34	Las categorías de 34. Se ha manejado un cupo de crédito para el grupo fuera del rango establecido en la Ley Orgánica de economía popular y solidaria. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
35	Las categorías de 35. Se ha recibido préstamos de instituciones financieras y no financieras del país y del exterior. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
36	Las categorías de 36. Se canalizan los recursos destinados al desarrollo del sector financiero popular y solidario. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
37	Las categorías de 37. Se mantienen relaciones armónicas con stakeholders externos. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
38	Las categorías de 38. Se informa a sus socios sobre su compromiso social. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
39	Las categorías de 39. El criterio de evaluación para la selección de sus proveedores ha sido la ética. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.015	Rechazar la hipótesis nula.
40	Las categorías de 40. Se impulsan las operaciones por vía telemática para reducir la afluencia de clientes a oficinas/centros de servicios. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
41	Las categorías de 41. Se han flexibilizado los plazos de pagos de créditos y moratorias en hipotecas. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
42	Las categorías de 42. Se han realizado préstamos para cubrir los gastos corrientes (habituales). se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
43	Las categorías de 43. Se desarrollan redes de servicios financieros entre sus afiliadas. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
44	Las categorías de 44. Se canalizan recursos destinados al desarrollo del sector financiero popular y solidario se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
45	Las categorías de 45. Se funciona como cámara de compensación entre sus afiliadas se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
46	Las categorías de 46. Se exhibe en lugar público el certificado de autorización de funcionamiento, concedido por la Superintendencia y se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
47	Las categorías de 47. Se protege los derechos de los usuarios de los servicios financieros, de valores y seguros. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
48	Las categorías de 48. Apoyan los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.019	Rechazar la hipótesis nula.
49	Las categorías de 49. Adoptan iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
50	Las categorías de 50. Fomentan el desarrollo y la difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
51	Las categorías de 51. Ha definido lineamientos para contribuir con la estrategia de cambio climático del país. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
52	Las categorías de 52. Se invierte en proyectos que contribuyan a la mitigación de los efectos del cambio climático se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
53	Las categorías de 53. Se destina recursos para la protección del medio ambiente. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
54	Las categorías de 54. Elabora informes de desempeño ambiental. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
55	Las categorías de 55. Promueve mecanismos para conocer las expectativas de sus stakeholders internos. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
56	Las categorías de 56. Promueve mecanismos para conocer las expectativas de su entorno específico se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
57	Las categorías de 57. Identifica las acciones que satisfacen simultáneamente las expectativas del entorno sistémico y del sistema se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
58	Las categorías definidas por 58. Coloca a disposición de los socios la información financiera-social de la entidad, conforme a las disposiciones emitidas por el gobierno provincial. = Nunca y Casi nunca se producen con las probabilidades 0.5 y 0.5.	Prueba binomial para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
59	Las categorías de 59. Suministra al gobierno provincial, información para mantener al día el registro de la central de riesgos. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.
60	Las categorías de 60. Coloca a disposición del público en general, la información socio-financiera de la empresa. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	Rechazar la hipótesis nula.

Fuente: elaboración propia