



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

TÍTULO:

La auditoría social y el proceso de internacionalización. Caso: Dining S.A.

AUTORA:

Aguilar Feijoo Andrea Alexandra
Berrones Quiguire Aracely Verónica

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE MAGISTER EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

TUTORA:

Ing. Rodríguez Briones, Gabriela Elizabeth, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

31 de marzo del 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por: **Aguilar Feijoo Andrea Alexandra y Berrones Quiguire Aracely Verónica** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Magister en Contabilidad y Finanzas**.

TUTORA

f. _____

Ing. Rodríguez Briones, Gabriela Elizabeth, Mgs.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

f. _____

CPA. Yong Amaya, Linda Evelyn, Ph.D.

Guayaquil, a los 31 días del mes de marzo del año 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, Aguilar Feijoo Andrea Alexandra y Berrones Quiguire Aracely
Verónica.

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación: **La Auditoria Social y el proceso de Internacionalización. Caso: Dining S.A.**, previa a la obtención del Título de Magister en Contabilidad y Finanzas, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 días del mes de marzo del año 2022

LAS AUTORAS

f. _____
Aguilar Feijoo, Andrea Alexandra.

f. _____
Berrones Quiguire, Aracely Verónica



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

AUTORIZACIÓN

Nosotras, Aguilar Feijoo Andrea Alexandra y Berrones Quiguire Aracely
Verónica.

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la
publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **La
Auditoria Social y el proceso de Internacionalización. Caso: Dining S.A.**,
cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y
total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de marzo del año 2022

LAS AUTORAS

f. _____
Aguilar Feijoo, Andrea Alexandra.

f. _____
Berrones Quiguire, Aracely Verónica

REPORTE URKUND

<https://secure.orkund.com/old/view/127601164-853444-721831#q1bKLVayijbQMYzVUSrOTM/LTMtMTsxLTIWYMtAzMDAxNzazNDc2Njl2NjMwN7WoBQA>

The screenshot displays the URKUND report interface. On the left, document details are listed: 'Documento: Aguilar Andrea y Berrones Aracely trabajo final.docx (D133571231)', 'Presentado: 2022-04-13 13:37 (-05:00)', 'Presentado por: Ena Ramirez Coronel (ena.ramirez@cu.ucsg.edu.ec)', and 'Recibido: ena.ramirez.ucsg@analysis.orkund.com'. A summary indicates that 1% of the 14 pages consist of text from 2 sources. On the right, a 'Lista de fuentes' (List of sources) table is shown with columns for 'Categoria' and 'Enlace/nombre de archivo'. Two sources are listed with checkmarks in the right margin. The interface also includes a user profile 'Ena Ramirez Coronel' and a bottom navigation bar with icons for search, navigation, and actions like 'Reiniciar' and 'Compartir'.

Categoria	Enlace/nombre de archivo	
	https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/hay-tres-clases-de-proveedore...	✓
	https://blog.ekomercio.com.mx/diez-requerimientos-tecnicos-para-ser-proveedor-de-w...	✓
Fuentes alternativas		
Fuentes no usadas		

TUTORA

f. _____

Ing. Rodríguez Briones, Gabriela Elizabeth, Mgs.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos eternamente a Dios por concedernos la oportunidad de la vida para la realización de esta maestría, luego a nuestras familias que en conjunto nos han colaborado para seguir adelante en este camino de estudio y esfuerzos universitarios.

A nuestra Tutora y al personal docente del programa de estudios, por compartir sus excelentes conocimientos con nosotros.

A nuestros compañeros y amigos de curso que han sido nuestro apoyo de los grupos de trabajo, para la presentación de cada una de las materias.

DEDICATORIA

Con mucho cariño para nuestras familias que son el motor de nuestros esfuerzos de seguir adelante en los conocimientos necesarios para nuestra superación profesional.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

CPA. Yong Amaya, Linda Evelyn Ph.D.
DIRECTORA DEL PROGRAMA

f. _____

CPA. José Antonio Rodríguez Samaniego MSc.
OPONENTE

Lista de Contenido

Introducción.....	2
Formulación del Problema.....	2
Justificación	3
Preguntas de Investigación	4
Delimitaciones del Problema	4
Limitaciones del Problema.....	4
Objetivos.....	4
Objetivos General	4
Objetivos Específicos.....	4
Revisión de la Literatura.....	5
Contribuciones en materia de Internacionalización	6
Teorías de la Internacionalización	7
Casos de estudio sobre internacionalización.....	7
Walmart y los requerimientos de una multinacional	9
Ventajas	9
Estándares para proveedores – de productos Walmart.....	10
Metodología	11
Diseño de Investigación.....	11
Alcance de Investigación	11
Enfoque de la Investigación.....	11
Herramientas	11

Resultados	11
Propuesta.....	14
Discusión.....	15
Conclusiones.....	15
Bibliografía	16

Lista de Tablas

Tabla 1	12
Tabla 2	13
Tabla 3	14

Lista de Figuras

Figura 1	5
----------------	---

Resumen

El siguiente trabajo investigativo tiene como finalidad dar a conocer bases teóricas y conceptos sobre la internacionalización para las empresas PYMES de la ciudad de Guayaquil, tomando en particular la planta empaadora de mango, Dining S.A.; la misma que para incursionar en la distribución de su servicio de empaque de fruta en el mercado de Walmart, Estados Unidos, pasó por una serie de requisitos para calificar como proveedor internacional, esto tras aprobar el proceso de auditoría social; en materia de Responsabilidad Social Empresarial, o también denominada Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex (Smeta). Internacionalizar a una empresa pymes familiar, genera oportunidades de mercado muy importantes, se pone a prueba la capacidad, eficiencia y eficacia de la organización y al mismo tiempo, se abre un abanico de opciones para aumentar las ventas, crecer organizacionalmente, potenciar productos, servicios, y valorar correctamente los recursos de la empresa.

Palabras Claves: Internacionalización, responsabilidad social empresarial, pymes, Sedex, Comercio Ético, Walmart.

Abstract

The following investigative work aims to present theoretical bases and concepts on internationalization for SME companies in the city of Guayaquil, taking in particular the mango packing plant, Dining S.A.; the same one that to venture into the distribution of its fruit packaging service in the Walmart market, United States, went through a series of requirements to qualify as an international supplier, this after passing the social audit process; in the field of Corporate Social Responsibility, or also called the Ethical Trade Audit of Sedex Members (Smeta). Internationalizing a family-owned SME company generates very important market opportunities, tests the capacity, efficiency and effectiveness of the organization and, at the same time, opens up a range of options to increase sales, grow organizationally, enhance products, services, and correctly assessing the company's resources.

Keywords: Internationalization, corporate social responsibility, SMEs, Sedex, Ethical Trade, Walmart.

Introducción

Seguridad, bienestar, calidad, etc. son varios de los atributos que las principales cadenas, sobre todo en abastecimiento, como Walmart, constituyen como requerimientos para los candidatos a proveedores; aspectos que están contractualmente estipulados con la finalidad de dar cumplimiento a los estándares de los bienes que se pondrán en venta en cada una de las sucursales de dicha corporación. Estos patrones indican claramente las expectativas que tiene la multinacional sobre sus abastecedores, más aún en el trato hacia los trabajadores y el impacto sobre el medio ambiente que esta pueda ocasionar. Como parte del compromiso, seguridad y bienestar, Walmart actualiza con regularidad las normas para sus proveedores, donde los aspectos más importantes para la organización son el respeto a las políticas de Regalos y Propinas sobre Conflictos de Intereses, operaciones comerciales, ética, principios de auditoría y normas aceptadas, entre otros. En particular, el párrafo antes descrito hace referencia a los lineamientos en materia de responsabilidad social de las empresas. Según De Lima, Cosenza, & Llena (2015) la responsabilidad social aporta para las organizaciones directrices en materia de sostenibilidad, política, medio ambiente, recursos humanos, etc. porque precepto que guarda una estrecha relación con la auditoría social. Para Ruiz & Retolaza (2005) en cambio, la auditoría social es un instrumento de posicionamiento de las economías. Consecuentemente, Florez & Castro (2016) expresaron que incorporar la auditoría social en las organizaciones favorece las buenas prácticas y permite a las empresas evaluar su eficacia comunitaria y comportamiento ético en relación a sus objetivos, elementos que se muestran en sus resultados. Ahora bien, si la auditoría social se constituye como una herramienta de evaluación de diversos indicadores de gestión social, responsabilidad corporativa y medioambiental, la internacionalización también es un instrumento que contribuye y promueve el crecimiento y el empleo. Por lo antes expuesto, es preciso revisar la situación actual de Dining S.A. en función de los requerimientos que solicita el corporativo Walmart en el proceso de gestión de proveedores; recordando que conceptualmente, Kloter (2002) expresó: si un proveedor quiere ser considerado durante la fase de selección, es importante que aparezca en los principales catálogos y/o servicios en línea, que desarrolle comunicaciones para poder llegar al comprador que busca nuevos proveedores y por ende debe crear una buena reputación en el mercado. Generalmente de no cumplir con lo antes mencionado, muchas veces suelen ser rechazados.

En otras palabras, si no existe una adecuada alineación entre los objetivos del comprador y el proveedor, sencillamente no se podrá trabajar. Por lo tanto, esta contribución pretende contribuir con alternativas que fortalezcan las estrategias de la empresa Dining S.A. para fomentar la internacionalización frente al gigante americano Walmart.

Formulación del Problema

En un mundo tan globalizado el comercio, la información, finanzas, entre otros, genera la oportunidad de realizar negocios a nivel internacional, y en las últimas décadas las organizaciones han encontrado en este tipo de procesos una fuente de desarrollo y fomento

de sus actividades comerciales. Estos escenarios han colocado a las empresas que operan en el país, ante una importante oportunidad como es la internacionalización de sus

operaciones, lo que implica también un gran desafío el cual, está compuesto por múltiples elementos: el colocar sus productos en nuevos mercados, enfrentar una fuerte competencia tanto con empresas, bienes o servicios y a tener la capacidad de adaptar la organización y operación al cambio que conlleva abrirse a un nuevo mundo empresarial; donde muchas de ellas ya están realizando sus actividades comerciales en diversas partes del mundo y han tomado a la exportación como una técnica habitual y regular. Son muchas las razones por las que una organización toma de decisión de internacionalizarse, una de ellas podría ser el incremento de sus ventas, posicionamiento en el mercado, adquirir una mayor capacidad productiva, necesidad de adquirir nuevos recursos, diversificación de sus ingresos y suministros; así como también la reducción del riesgo, fortalecer la imagen corporativa, focalizar de mejor manera su visión estratégica, etc. El desarrollo de la propuesta radica en la necesidad de revisar los elementos que podrían estar afectando a Dining S.A. en su participación para el catálogo de proveedores de Walmart, con la finalidad que la compañía avance decididamente a mercados internacionales.

Justificación

El beneficio de esta investigación sobre La Auditoria Social y el proceso de Internacionalización. Caso: Dining S.A. procura generar un diagnóstico actual de la empresa y presentar una estructura orientada a la mejora continua que les permita alcanzar el beneficio común y sobre todo aprobar las especificaciones que solicitan otras organizaciones, para operar en su mercado. Al identificar la problemática antes descrita y desarrollar este trabajo, es pertinente mencionar que este documento abre el camino respecto al tema objeto de este estudio, considerando que académica, científica y profesionalmente existen contribuciones previas desde diferentes perspectivas, en las cuales se analiza el panorama de Ecuador y los eventos que se suscitan en este tipo de procesos. Por lo tanto, la investigación fomenta la apertura y conocimiento de futuras generaciones que administren empresas, o en su efecto para quienes deciden impulsar e internacionalizar su negocio. En tal sentido, propuesta como aportes para empresas de procesamiento de fruta como lo realiza la empacadora Dining S.A. no existen. Y a pesar que la compañía (de estructura familiar) se dedica a la producción y comercialización de fruta, específicamente de mango y a actividades de exportación a Estados Unidos, Canadá y Europa, permanece la interrogante del por qué la organización presenta inconvenientes en la postulación para la cartera de proveedores de la multinacional Walmart.

Preguntas de Investigación

1. ¿Cuáles son las bases teóricas y conceptos sobre internacionalización en el campo empresarial?
2. ¿Existe evidencia científica internacional sobre internacionalización de empresas relacionadas a las bases para la integración al catálogo de proveedores de Walmart?
3. ¿Cuáles son las causas y efectos que generan el incumplimiento o que denotan la ausencia de elementos de Dining S.A. y que influyen en la selección para la integración al catálogo de proveedores de Walmart?
4. ¿Qué acciones podrían plantearse para internacionalizar correctamente a la empresa empaedora Dining S.A. de la ciudad de Guayaquil?

Delimitaciones del Problema

Esta investigación contribuye en el campo de estudio para profesionales que se especializan en Contabilidad, Finanzas, Administración de Empresas y carreras afines. El área de estudio se encuentra delimitado a la Internacionalización y cuyo aspecto está enfocado a la implementación de estrategias empresariales. En el ámbito especial, el tema se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, además los elementos de observación están constituidos por los respectivos representantes de la empaedora Dining S.A. Finalmente, la información se encuentra delimitada temporalmente tomando datos de los años 2019 y 2021.

Limitaciones del Problema

Como principal limitación para el desarrollo de este estudio es el acceso a la información, debido a que las organizaciones suelen ser un poco recelosas con la presentación de sus datos. En tal sentido, tras varios procesos de auditoría a la empaedora Dining S.A. y ante la evidente necesidad de revisar la situación actual de la empresa, se procedió a comunicar a los responsables el desarrollo de este tema en beneficio de la organización; para que, al finalizar la evaluación de tipo académica, las autoras presenten las estrategias y demás alternativas que contribuyan a constituir la RSE en la compañía. Solicitud que fue aprobada por los miembros directivos de la organización objeto de este proyecto.

Objetivos

Objetivos General

Proponer e implementar un Plan de Internacionalización para la empaedora Dining S.A. de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Revisar las teorías y conceptos sobre internacionalización empresarial.
- Analizar evidencias científicas internacionales relacionadas a las bases para la integración al catálogo de proveedores de Walmart.

- Determinar las causas y efectos que generan el incumplimiento o que denotan la ausencia de elementos de Dining S.A. y que influyen en la selección para la integración al catálogo de proveedores de Walmart.
- Presentar un Plan de Internacionalización para la empaedora Dining S.A. de la ciudad de Guayaquil.

Revisión de la Literatura

Según Pardina (2016) existen cinco motivos que impulsan a que una empresa, generalmente las pymes decidan internacionalizar: a) la situación del mercado es una de las principales, y es por eso que este recurso se vuelve imprescindible. b) La diversificación es la oportunidad de abrir un sin número de posibilidad en nuevos mercados, y este va de la mano con la c) disminución del coste. Una vez que la empresa pone en marcha este proceso, será evidente como disminuyen de forma proporcional los costos. Sobre las d) ayudas disponibles, existen diversos programas que brindan asesoría e impulsan a las empresas a internacionalizar; finalmente la e) existencia de oportunidades contribuye a la evolución de la empresa, así como la experiencia de hacer frente a sus necesidades y de los clientes.

Figura 1

Razones de internacionalización



Nota: Adaptado de Internacionalización de pymes (Pardina, 2016).

Así mismo Rueda (2008) demostró que el fenómeno de la globalización del mercado y el crecimiento empresarial de las compañías invita a que muchas organizaciones incursionen en el conocimiento y desarrollo de procesos de internacionalización y determinen la decisión de expandirse a nuevas economías. Incluso aquellas empresas que ya pasaron por este proceso, transmiten lecciones en aspecto como el liderazgo, calidad, innovación, etc. lo que

demuestra que el éxito de una compañía no se atribuye únicamente al tamaño o cantidad de recursos económicos que esta tenga, sino, a la correcta selección e implementación de estrategias en el tiempo oportuno. Al ser Colombia ejemplo de esta contribución, Rueda (2008) evidenció que en el país fue necesario la ampliación de fronteras comerciales, y que

los empresarios deben tener una mente más abierta y trabajar en función de una cultura más internacional que beneficie al país, al personal y a los recursos de la organización como tal.

Contribuciones en materia de Internacionalización

Antes de abordar aquellas bases científicas sobre el tema, es importante analizar primero la influencia de las multinacionales y los efectos que ocasionan en países menos desarrollados.

Acorde con Lascurain (2012) antes de internacionalizar es primordial conocer la dinámica de negociación; por ejemplo, entre una multinacional y el gobierno de un país menos desarrollado y los efectos que podrían tener dicha actividad. Por otro lado, Restrepo & Vanegas (2015) expresaron que para las pymes este tema representa grandes desafíos, los cuales se derivan a la dinámica de la globalización, tratados de libre comercio, modelos de negociación, etc. El resultado de la investigación demostró que las capacidades y recursos que disponían las empresas objetos del estudio no fueron suficientes como para alcanzar una exitosa inserción en el mercado internacional. Los autores indicaron también que previo a la decisión de abrirse al mercado es esencial identificar las fortalezas y debilidades de la empresa en función de: el tipo de compañía, actividad y/o industria y determinar con innovación las estrategias necesarias para que el proceso tenga éxito.

Para una empresa de calzado, por ejemplo, el escenario económico e internacional suele ser dinámico e inclusive cambiante. Rosero & León (2016) en dicho contexto, la internacionalización se convierte en un factor clave de crecimiento de las organizaciones. La contribución tuvo como propósito determinar los elementos aplicando el Modelo de Uppsala para una empresa de calzado de la ciudad de Guayaquil. Los resultados evidenciaron que dichas organizaciones carencia de experiencia en el ámbito internacional, adicional a ello sus actores consideraban el tema de internacionalizar como una posibilidad totalmente lejana atribuido a las deficiencias del sector.

Consecuentemente, Tassaroli (2013) mencionó que la internacionalización no es privativa y que las empresas si se analizan y estructuran adecuadamente pueden operar en mercados externos; por lo que necesitan potenciar su competitividad. En consecuencia, la principal ventaja de esta metodología es la capacidad que enriquecen a las organizaciones para coordinar los procesos de su cadena de valor.

Si internacionalizar requiere evaluar fortalezas y debilidades; resulta importante un análisis comparativo entre organizaciones. Una contribución presentada por Rienda (2005) demostró que son los factores externos a la organización los que inciden en un proceso de

internacionalización, por lo que se determinó que existe una fuerte y positiva relación entre el compromiso a nivel internacional y los resultados de las empresas. Se confirmó también que las empresas españolas adquieren una mayor experiencia con el paso de los años operando en el mercado internacional y donde evidentemente opera obteniendo mayores resultados.

Teorías de la Internacionalización

De conformidad con Moreno (2015) existen tres teorías con respecto a la internacionalización: la teoría tradicional o modelo Uppsala, la teoría de las nuevas empresas internacionales o Born Global y la teoría de proceso. El primero considera la expansión internacional desde una perspectiva clásica bajo el compromiso de incrementar el aprendizaje. En otras palabras, una empresa aumentará gradualmente sus recursos en el país que opere en la medida que vaya adquiriendo respaldo dentro de dicho mercado. Esta base teórica fue desarrollada por Johansson & Wiedersheim (1975) y posteriormente rediseñada por Johansson & Vahlne (1990).

La teoría de las Nuevas Empresariales o Born Global tiene un enfoque por etapas aceleradas, el cual expone que las empresas nacen internacionalizadas o en efecto se internacionalizan mínimo en sus primeros años de actividad. La terminología Born Global hace referencia a las firmas que se dedican a actividades de tecnología, innovación o que operan en mercados muy dinámicos, en otras palabras, Born Global es la nomenclatura que se le atribuyen a las organizaciones que se internacionalizaron con facilidad o que logran introducirse a un mercado exterior al menos en sus dos primeros años de vida (Moreno, 2015).

Finalmente, Moreno (2015) explicó que la Teoría de Proceso es base científica que considera al proceso de apertura internacional en función de eventos. Esta metodología se evidencia a través la secuencia temporal de los principales acontecimientos en términos de patrones, eventos, actividades en una línea de tiempo.

Casos de estudio sobre internacionalización

Como aporte nacional, Rivas & Poveda (2018) presentaron una investigación donde se evidenciaron barreras de internacionalización a las empresas de productos alimenticios orgánicos no tradicionales desde el cantón Machala hacia el exterior. Los resultados mostraron que existió un bajo nivel de exportación de este tipo de productos por el desconocimiento de la demanda internacional y también por las exigencias de los mercados internacionales. Los problemas que se detectaron en el estudio están relacionados con la distancia de los puertos, el financiamiento y la poca orientación y desenvolvimiento y/o experiencia en el mercado internacional. Siguiendo esta línea, Botello (2014) expresó que la motivación de las empresas de América Latina en ofrecer sus productos a mercados internacionales se ha incrementado con el paso de los años. La investigación mostró que el

tema de activos tales como tecnologías de información y características sectoriales, específicamente localización y tipo de actividad son elementos de mayor impacto e influencia en el resultado que esperan a las empresas a la hora de exportar. Dicho en otras palabras, son los factores internos de las organizaciones las que determinan la realización de internacionalizarse. Como factores externos, las condicionantes se le atribuyeron a la estabilidad jurídica, el acceso financiero, elementos geográficos, etc.

Consecuentemente, Sánchez (2018) realizó una contribución a favor de la empresa Yanapi S.A. El objetivo de la investigación fue analizar las causas que influyen en el proceso de internacionalización de las pymes que aplican la metodología exporta fácil. Entre los resultados más relevantes se pudo observar que la empresa cuenta con procesos sistematizados en el área de producción, lo cual permite acceder a la información y tener un escenario claro de los indicadores de esta unidad lo cual, aportó en la toma de decisiones, también se evidenció que la gerencia constantemente se capacitó sobre todo en el contexto de los avances del mercado internacional. Los resultados permitieron conocer que a las empresas ecuatorianas deben considerar entre sus estrategias la opción de expandir el negocio al exterior, con la finalidad de labrar el panorama aunque este muchas veces suele ser poco favorable, por aspectos que la compañía le toca afrontar como el sistema aduanero,

la burocracia, legislación; es decir, en el país lamentablemente existe un sistema operativo limitado que se convierte en un barrera para las organizaciones con visión internacionalistas. Si de factores se trata, son muchos los elementos que impulsan a que las empresas busquen posicionarse en otros mercados. De acuerdo con Hoyos (2019) como agentes internos se encuentra el capital humano, la innovación, producción, mercadeo, orientación internacional, edad, costos, la gerencia y la calidad. Entre los factores externos el autor destaca a los físicos y sociales, políticos – legales, los elementos competitivos y los factores culturales. Adicionalmente resaltó, que tener un mayor conocimiento y una amplia experiencia en los mercados a los que se exporta o se pretende exportar; permitiría una mejor gestión del proceso, mayor destreza en aspectos como el marketing y el fortalecimiento de las competencias internacionales.

Finalmente, si de competitividad se trata existe un tema muy puntual con respecto a las estrategias de este elemento que utiliza Walmart, tanto para el mercado donde se desarrolla como los requisitos que deben cumplir las empresas que deciden postularse para la cartera de proveedores de dicha corporación. Gómez (2018) desarrolló un estudio a través del cual se determinó que la aplicación de la Teoría de Andrews (1971) es el principal complemento en la gestión y administración de Walmart y es una de las principales razones que mantiene a la organización a la vanguardia en procesos, proyecciones de mercado, oportunidades, etc. con un alto grado de compromiso con el entorno en función del desarrollo de la comunidad donde opera y de sus asociados. Los resultados del aporte reflejaron que Walmart México

cuenta con una fuerte responsabilidad corporativa la cual se basa en el medio ambiente, la corporación y el aspecto social; elementos fundamentados a través de variables importantes como el consumo de energía, materiales, relación con grupos de interés lo que convierte a esta sede en un negocio más sustentable, comprometido y amigable con el entorno; en otra palabra, el corporativo es líder en autoservicios del mercado por su calidad y bajos precios. Bajo esta última premisa, la siguiente sección tratará sobre los requerimientos que solicita el gigante corporativo con respecto a su cartera de proveedores.

Walmart y los requerimientos de una multinacional

Para Velasco (2010) existen tres clases de proveedores: lo que hacen dinero gracias a Walmart, los que no cambian o siguen igual y los que pierden. Se dice que la razón de éxito de esta gran multinacional es debido a la aplicación de la estrategia P.O.C.K.E.T.S. aunque existen expertos que coinciden en que este modelo puede ser aplicado en cualquier tipo de organización. Estas siglas significan Precio, Operaciones, Cultura, Producto y/o Promoción Clave, Gasto, Talento y Servicio. La organización cuenta con un amplio portafolio de proveedores y así mismo con una serie de directrices o requisitos que sus suministradores deben cumplir. Según el portal Ekomercio Electrónico (2022) las formalidades que solicita Walmart a sus proveedores las cuales se dividen en las normas y regulaciones regidas por la Ley y los aspectos fiscales esenciales obligatorios. El primer aspecto abarca las normas

oficiales según el país donde opere la organización, los estándares del mercado en materia de calidad y seguridad, el cumplimiento ante la Administración Tributaria Nacional. Sobre los

temas legales, el corporativo valora mucho que la empresa esté constituida legalmente, que posea identificación oficial y vigente, movimientos bancarios, identificar qué tipo de proveedor quiere ser, por ejemplo, marca, distribuidor pequeño o en desarrollo, o a nivel de distribuidor por importación directa, etc.

Ventajas

Independientemente del país donde se encuentre existen ventajas al ser proveedor de Walmart, expertos aseguran que, para la organización como el corporativo americano, contar con proveedores innovadores es una valiosa utilidad porque promueve el mercado de pequeño, mediano y grandes organizaciones de servicios o de emprendedores. Según el portal de la revista Ekos (2019) existen 6 ventajas muy importantes que se adquieren al ser parte del catálogo de proveedores de Walmart. Entre ellos los siguientes:

- Los productos serán visualizados permanentemente, porque es una tienda muy concurrida ya sea físicamente o tiendas virtuales.
- Posee una excelente y consolidada reputación comercial.

- No se requiere de una gran inversión.
- Se pueden establecer periodos de tiempo de las devoluciones.
- Puedes solicitar medidas de seguridad online confiables.

Estándares para proveedores – de productos Walmart

Según McMillon (2021) Presidente y Director Ejecutivo de Walmart Inc. la base de la organización radica en los valores y la cultura empresarial, los cuales están compuestos por cuatro aspectos: a) respeto hacia el individuo, b) servicio al cliente, c) la constante búsqueda de la excelencia y d) la integridad. Los estándares que se aplican a proveedores y subsidiarias

de Walmart son a nivel global, un contrato firmando representa la aceptación de una orden de compra, entrega de mercancía y la aceptación de patrones como confirmación de cumplimiento por parte de quien postula como proveedor. Los requerimientos se dividen en tres secciones: trabajar de forma correcta, entrega de productos excepcionales y la colaboración Walmart. La organización cambia constantemente, pero sus valores son sólidos y fuertes y es gracias a su Código de Conducta, el cual describe los valores y el comportamiento que se espera de sus asociados, son estándares que complementa la norma y fortalece las relaciones con los proveedores McMillon (2021).

Metodología

Diseño de Investigación

El diseño de esta contribución está compuesto de tres aspectos: a) el propósito del análisis el cual es observacional; b) la cronología de los hechos, lo cual significa que es retrospectiva y c) por el número de mediciones del tema de investigación lo cual implica que es longitudinal.

Alcance de Investigación

La realización de este proyecto posee un enfoque cualitativo porque emplea las bases teóricas y recursos de carácter analítico en lo que respecta a la Internacionalización de empresas. De conformidad con Sampieri, et. Al (2014) el alcance es de tipo exploratorio y descriptivo porque se aborda un sin número de teorías y metodologías que es poco utilizado, practicado o conocido. Se describe además las características en aspectos de gestión y/o cartera de proveedores, apertura de mercados, entre otros.

Enfoque de la Investigación

Acorde con Taylor & Bogdan (1984) el enfoque cualitativo pretende realizar un análisis a profundidad que facilite la comprensión de fenómenos. El enfoque también es de carácter inductivos y busca entender la complejidad de la realidad para luego ser interpretada. Por lo que el desarrollo de este documento se llevó a cabo desde una visión interpretativa la cual se

centra en el estudio de las teorías, procedimientos y hechos que corroboran el éxito o fracaso de aquellas empresas que tomaron la decisión de abrirse campo en el exterior.

Herramientas

Las herramientas de investigación son los métodos que permiten la recopilación de información y estos a su vez son aplicados dependiendo el tipo de enfoque del estudio elegido. En tal sentido, para el desarrollo de este tema se utilizó como fuente y/o herramienta de exploración los informes y demás documentación que certifique el proceso de postulación para la cartera de clientes por parte de la empresa Dining S.A ante Walmart y los resultados al intentar internacionalizarse.

Resultados

Luego de revisar la literatura concerniente al tema de internacionalización y aspectos generales, en lo concerniente a gestión de proveedores, se presenta información de la compañía Dining en la que se evidencian datos obtenidos del análisis exploratorio de dos auditorías sociales. La tabla 1 muestra los resultados en aspectos tales como: Sistema Gerencial, Saludo y Seguridad, Salarios y Beneficios, Horas de Trabajo, Empleo Regular y Derechos Universales.

Tabla 1

Resultados SMETA – DINING S.A. (2019-2021)

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE AUDITORÍA SOCIAL SMETA	
2019	2021
FACTORES DE NO CUMPLIMIENTO/ ACCIONES CORRECTIVAS	FACTORES DE NO CUMPLIMIENTO/ ACCIONES CORRECTIVAS
SISTEMA GERENCIAL	SISTEMA GERENCIAL
Falta de comunicación del Código de Ética a todos los empleados.	Cubierta con acciones correctivas 2020
SALUD Y SEGURIDAD	SALUD Y SEGURIDAD
No existe publicado mapa de evacuación con sus rutas respectivas	Cubierta con acciones correctivas 2020
No tiene permiso de funcionamiento el Departamento Médico.	Cubierta con acciones correctivas 2020
No se ha realizado simulacro de evacuación.	No se evidencia simulacro de evacuación actualizado.
No se visualizan actas del Comité Paritario.	Cubierta con acciones correctivas 2020
No se dispone de brigadistas de primeros auxilios.	No se evidencia capacitación en primeros auxilios para miembros de brigadas de emergencia.
No se puede evidenciar que existan indicadores de accidentes.	Cubierta con acciones correctivas 2020
-	No se dispone de Unidad de Seguridad e Higiene. Conforme al Art. 15 Decreto 2393.
-	Proveedores externos no utilizan protección personal en ambiente ruidoso.
-	Médico no cubre 3 horas al día, según Acuerdo Ministerial 1404.
SALARIOS Y BENEFICIOS	SALARIOS Y BENEFICIOS
El rol de pagos no detalla la cantidad de horas extras trabajadoras.	Cubierta con acciones correctivas 2020
HORAS DE TRABAJO	HORAS DE TRABAJO
No se paga al personal de portería el recargo nocturno del 25%.	Cubierta con acciones correctivas 2020
EMPLEO REGULAR	EMPLEO REGULAR
No hay aprobación de turnos de trabajo y horas especiales.	Cubierta con acciones correctivas 2020
DERECHOS UNIVERSALES	DERECHOS UNIVERSALES
Las instalaciones no tiene política respaldada al más alto nivel, que cubra los impactos y problemas de Derechos Humanos y que se asegure que los mismos se comunican a todas las partes interesadas como son sus proveedores.	Cubierta con acciones correctivas 2020
No hay designación de persona responsable de implementar los estándares relacionados con los Derechos Humanos.	Cubierta con acciones correctivas 2020
No ha identificado partes interesadas, ni problemas relevantes.	Cubierta con acciones correctivas 2020
La empresa no ha medido sus impactos directos, indirectos y potenciales sobre Derechos Humanos a las partes interesadas.	Cubierta con acciones correctivas 2020

Nota: Adaptado de Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex (SMETA). Criterios de Medición. Elaborado por las autoras.

Conforme a los hallazgos presentados en la tabla 1, se procede realizar la siguiente matriz que corresponde a las Bases para la Integración al Catálogo de Proveedores de Walmart, tomando como referencia la estructura implementada para México y Centroamérica, alineadas con las normas para proveedores.

Tabla 2

Matriz para la integración al Catálogo de Proveedores

Bases para la integración al Catálogo de Proveedores		
Aspectos Generales	Estándares para el Proveedor	Aspectos Relativos a Órdenes de Compra
Representación	Cumplimiento Legal, Prácticas de Contratación y Empleo	Objeto y Entrega
Confidencialidad	Trabajo Voluntario (relación proveedor y sus trabajadores)	Precio
Propiedad Intelectual	Libertad Sindical y Negociación Colectiva	Devoluciones
Impuestos	Medio Ambiente	Personas Autorizadas
Responsabilidad Fiscal para proveedores en el extranjero por operaciones distintas a la venta de mercancía.		
Responsabilidad Vigencia	Integridad Financiera	-
Subcontratación	Seguridad e Higiene y Seguridad Alimentaria	-
Responsabilidad Laboral	Auditorías	-
Protección de la Información	Antimonopolio y/o Competencia	-
Ética	Cesión, Garantía y Anexos.	-
Anticorrupción	Retención y descuentos por incumplimiento	-
	Retiro, precio de venta de mercancía y validez de acuerdos en plataformas informáticas.	-
	Prevención de lavado de dinero	-
Normas para Proveedores		
Servicio al Cliente	Respeto al individuo	Búsqueda de la Excelencia
Transparencia	No utilice MOD involuntaria ni infantil	Reconocimiento de riesgos y medidas de solución
Colaboración	Justicia en la toma de decisiones sobre el empleo	Cumplimiento de la ley en todos sus aspectos
Alineación para normas	Cumplimiento de Leyes, Libre asociación y entorno de trabajo seguro.	Cumplimiento de las Políticas de Walmart
Integridad	Sea honesto	Actúe con ética
Denuncie conductas que violen la ley o el cumplimiento de estas normas		

Nota: Adaptado del Instructivo denominado Normas para Proveedores. Fuente: Walmart Co.

Propuesta

La presente contribución se entrega en base a la revisión de los conceptos, aportes científicos y resultados obtenidos de esta investigación. Se propone lo siguiente:

- Realizar en primer lugar un análisis interno de la empresa, para determinar si está preparada para cumplir con todas las demandas del mercado.
- Revisar acuerdos existentes entre importadores y exportadores.
- Estar atentos en temas de Derechos Arancelarios, con expertos.
- Fiscalidad del país.
- Acudir a eventos y encuentros internacionales.
- Creación de un departamento especializado en internacionalización, para poner en marcha, revisar y corregir, nuevos y antiguos procesos tanto de marketing, responsabilidad social empresarial, exportaciones e importaciones.
- Capacitaciones frecuentes a todo el personal de la empresa, conforme a cronogramas establecidos.

En otras palabras, para la aprobación e integración para el catálogo de proveedores de Walmart, es preciso que la empacadora Dining S.A. considere los siguientes aspectos, los cuales están dados en función de la realidad organizacional de la misma.

Tabla 3

Indicadores de Internacionalización

Criterios de Valuación para la Implementación de Internacionalización	
Escenario a nivel país	Escenario a nivel proyecto
<i>Por la relevancia política</i>	
*Aspectos histórico - culturales	*En función de las exportaciones
*Aspectos del entorno	* Por la potencialidad del sector
<i>En función de las oportunidades de mercado en el Ecuador</i>	*En función del impacto que genera la imagen corporativa en el país
*Tamaño del mercado	*En función de la tecnología
*Perspectivas de crecimiento	*En función de la movilidad y otras fuentes de financiamiento
*Perspectivas de solvencia	*Proyección de ser "pioneros".
*Estabilidad Política	
*Estructura para los negocios	

Nota: Elaborado por las autoras.

Discusión

Como discusión final con respecto al tema, existe en todo este proceso de internacionalización una verdadera gama de opciones positivas para todas aquellas empresas pymes que decidan realizar un salto hacia un crecimiento acelerado, puesto que exportar significa llevar el producto o servicio local hacia otras partes del mundo en donde se abrirán puertas comerciales de muy buen nivel. Como todo lo nuevo o diferente no es tan fácil pero tampoco es difícil, sólo está en creer que se puede hacer y con el cumplimiento y los requerimientos respectivos de índole legal y social, todo es posible.

Conclusiones

Luego de revisar las bases teóricas, realizar el análisis de los materiales y métodos de la investigación, se concluye en lo siguiente:

- Que el proceso de internacionalización para todas las empresas es una oportunidad de crecer a pasos agigantados.
- Que se requiere de convicción, compromiso y fuerza de voluntad para cumplir cabalmente con los requerimientos internacionales.
- Se debe estar muy seguros de que se tiene la capacidad industrial para exportar el producto o servicio.
- Y por último que al momento de aceptar el reto el fruto serán los incrementos a nivel económico de las ventas, pues los mercados internacionales son muy extensos.

Bibliografía

- Botello, H. (2014). Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales latinoamericanas. *Universidad Industrial de Santander, Colombia. Vol. XLI, N° 75, segundo semestre 2014: páginas 47-78 / ISSN 0252-1865, 47-78.*
- De Lima, M., Cosenza, J., & Llana, M. (2015). La auditoría social como mecanismo de control de la responsabilidad social de las empresas: la metodología de Theore J. Kreps. *Contabilidad y Negocios, vol. 10, núm. 19, 2015, pp. 84-99, 84-99.*
- Ekomercio Electrónico;. (2022). *10 requerimientos técnicos para ser proveedor de Walmart.* Obtenido de 10 requerimientos técnicos para ser proveedor de Walmart.: <https://blog.ekomercio.com.mx/diez-requerimientos-tecnicos-para-ser-proveedor-de-walmart>
- Florez, G., & Castro, A. (25 de febrero de 2016). *La Auditoría Ambiental y Social como estrategia para el mejoramiento de las ventajas competitivas de las PYMES.* Obtenido de Universidad Cooperativa de Colombia.: https://cidecuador.org/wp-content/uploads/congresos/2016/i-congreso-internacional-de-competitividad-en-las-mipymes/diapo/241e2e_6778b774c7a64765b425e982c21b6918.pdf
- Gómez, M. (2018). Competitividad y Proceso Estratégico. El Caso de Walmart México. *Dictamen Libre, pp 107-116 | Edición No. 23 | Julio - Diciembre 2018 | Universidad Libre | Barranquilla, Colombia | ISSN 0124-0099 107, 107-116.*
- Hoyos, V. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero Colombiano: estudio de caso. *Entramado vol. 15, No 2 julio-diciembre, 78-103.*
- Lascurain, F. (2012). EMPRESAS MULTINACIONALES Y SUS EFECTOS EN LOS PAÍSES MENOS DESARROLLADOS. *84 ECONOMÍA: TEORÍA Y PRÁCTICA • NUEVA ÉPOCA, NÚMERO 36, ENERO-JUNIO 2012 , 83-101.*
- Moreno, L. (2015). *El proceso de internacionalización: entre la realidad y la visión tradicional.* Escuela de Graduados FCE - UNC.
- Pardina, C. (2016). *Internacionalización de pymes.* . Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2016. 8436956842, 9788436956849.
- Restrepo, M., & Vanegas, L. (2015). Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa. *Contaduría y Administración, vol. 60, núm. 4, 2015, pp. 836-863, 836-863.*

- Rienda, G. (2005). *El proceso de internacionalización de la empresa. Un estudio comparativo entre empresas familiares y no familiares españolas*. Universitat d' Alacant. Universidad de Alicante. .
- Rivas, J., & Poveda, G. (2018). Barreras para la Internacionalización de Empresas de Productos Alimenticios Orgánicos no Tradicionales desde el cantón Machala hacia el Mercado Exterior. *Revista Ciencia & Tecnología. N° 19, 31 de julio de 2018. , 211-219.*
- Rosero, B., & León, P. (2016). Análisis de los factores de internacionalización en empresas de calzado. *Universidad Espíritu Santo, Ecuador., file:///C:/Users/gabriela.rodriguez/Downloads/679-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2114-1-10-20180802.pdf.*
- Rueda, G. (2008). Los procesos de internacionalización de la empresa: causas y estrategias que lo promueven. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración - Vol. IV No. 7 - Julio - Diciembre de 2008 - ISSN 1900-5016 51, 51-57.*
- Ruiz, R., & Retolaza, J. (2005). La auditoria social como instrumento de posicionamiento de la economía solidaria. . *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa n°53, noviembre, , 285-304.*
- Sánchez, V. (2018). *Análisis de los factores que influyen en la internacionalización de las Pymes que utilizan la herramienta exporta fácil. Caso: Yanapi S.A.* Esmeraldas, Ecuador.: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. .
- Tassaroli, A. (2013). *Más allá de la exportación. Internacionalización de una Pyme. Aplicación a una empresa del medio.* Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo. .



Guayaquil, 13 de abril de 2022

CPA

Linda Yang Amaya

Directora Maestría en Contabilidad y Finanzas

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Ciudad.-

Saludos cordiales, quisiera expresarle nuestra autorización para que las Ing. **Andrea Alexandra Aguilar Feijoo** con C.C.# 0705200087 y la CPA **Aracely Verónica Berrones Quiguire** con C.C.# 0911853570 estudiantes de la Maestría en Contabilidad y Finanzas pueda realizar su trabajo de investigación con fines de titulación con la información de la empresa Dining S.A. El tema presentado por la estudiante es el siguiente:

- El tema central del trabajo de titulación:

LA AUDITORIA SOCIAL Y EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN. CASO: DINING S.A.

- Objetivo General:

Proponer e implementar un Plan de Internacionalización para la empacadora Dining S.A. de la ciudad de Guayaquil.

- Objetivos Específicos:

Revisar las teorías y conceptos sobre internacionalización empresarial.

Analizar evidencias científicas internacionales relacionadas a las bases para la integración al catálogo de proveedores de Walmart.

Determinar las causas y efectos que generan el incumplimiento o que denotan la ausencia de elementos de Dining S.A. y que influyen en la selección para la integración al catálogo de proveedores de Walmart.

Presentar un Plan de Internacionalización para la empacadora Dining S.A. de la ciudad de Guayaquil.

*Km 23.5 Via Daule (Frente a Lago de Capaira)
Tlf.: 04 3714430 ext 102 – Cel 0979234423
e-mail: administracion1@diningpacking.com
Guayaquil - Ecuador*



Así mismo autorizamos que el proyecto académico sea publicado en los diferentes repositorios académicos con los que cuenta la Universidad, los mismos que son de acceso público en la web.

Agradeceremos que se nos remita al final de la investigación las conclusiones para que puedan servir de mejora en nuestros procesos.

Agradeciendo la atención prestada, suscribo.

Atentamente



ING. SUCRE NICOLAS RODRIGUEZ NAVARRETE

Representante Legal

Dining S.A.

Teléfono: 04 3714430

Email: administracion1@diningpacking.com

Adjunto: Copia Nombramiento de Representación Legal

Km 23.5 Vía Daule (Frente a Lago de Copeira)
Tlf.: 04 3714430 ext 102 – Cel 0979234423
e-mail: administracion1@diningpacking.com
Guayaquil - Ecuador

Guayaquil, 30 de Enero de 2018

Señor
SUCRE NICOLAS RODRIGUEZ NAVARRETE
Ciudad.


De mis consideraciones:

Por lo presente cumplo con comunicarle que la Junta General Extraordinaria de Accionistas de la compañía **DINING S.A.**, en su sesión celebrada en esta misma fecha lo ha designado como su **GERENTE GENERAL**, por el lapso de **CINCO AÑOS**.

En el desempeño del cargo, y de conformidad con el Artículo Décimo Primero de los Estatutos de la compañía, ejerce usted la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, en forma individual.

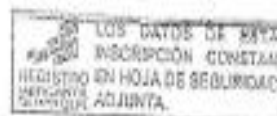
DINING S.A. se constituyó mediante escritura pública autorizada por el Notario Trigésimo Suplente del cantón Guayaquil, Ab. Piero Tomás Aycoyt Vincenzini Carasco, el veinticinco de Agosto del 2006, inscrita de fojas 115.391 a 115.404 con el No. 20.997 del Registro Mercantil de este Cantón, el 24 de Octubre del mismo año.

Acreditamente,


Mtg. Mónica Rodríguez Malo
Secretaria de la Junta

ACEPTO EL CARGO DE GERENTE GENERAL DE LA COMPAÑIA DINING S.A., según consta del Nominamiento que antecede - Guayaquil, 30 de Enero de 2018.


Sucre Nicolás Rodríguez Navarrete
c.c. 0907180559
NACIONALIDAD ECUATORIANA
e-mail: nrodrivad@gmail.com





DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Aguilar Feijoo Andrea Alexandra**, con C.C: # **0705200087** y **Berrones Quiguire Aracely Verónica**, con C.C: # **0911853570** autoras del trabajo de titulación: **La auditoría social y el proceso de internacionalización. Caso: Dining S.A.**, previo a la obtención del título de Magister en Contabilidad y Finanzas, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, 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 titulación 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.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de marzo del 2022.

f. _____

Aguilar Feijoo, Andrea Alexandra

C.C: 0705200087

f. _____

Berrones Quiguire, Aracely Verónica

C.C: 0911853570



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	La auditoría social y el proceso de internacionalización. Caso: Dining S.A.		
AUTORAS:	Aguilar Feijoo Andrea Alexandra; Berrones Quiguire Aracely Verónica		
REVISOR/TUTOR:	Ing. Rodríguez Briones, Gabriela Elizabeth, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Contabilidad y Finanzas		
TÍTULO OBTENIDO:	Magister en Contabilidad y Finanzas		
FECHA PUBLICACIÓN:	31 de marzo del 2022.	No. DE PÁGINAS:	19
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio internacional, Balanza comercial		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Internacionalización, responsabilidad social empresarial, pymes, Sedex, Comercio Ético, Walmart.		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

El siguiente trabajo investigativo tiene como finalidad dar a conocer bases teóricas y conceptos sobre la internacionalización para las empresas PYMES de la ciudad de Guayaquil, tomando en particular la planta empacadora de mango, Dining S.A.; la misma que para incursionar en la distribución de su servicio de empaque de fruta en el mercado de Walmart, Estados Unidos, pasó por una serie de requisitos para calificar como proveedor internacional, esto tras aprobar el proceso de auditoría social; en materia de Responsabilidad Social Empresarial, o también denominada Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex (Smeta). Internacionalizar a una empresa pymes familiar, genera oportunidades de mercado muy importantes, se pone a prueba la capacidad, eficiencia y eficacia de la organización y al mismo tiempo, se abre un abanico de opciones para aumentar las ventas, crecer organizacionalmente, potenciar productos, servicios, y valorar correctamente los recursos de la empresa.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: +59397923442 3 / +593994433128	E-mail: a_berrones@hotmail.com aaaf_555@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Linda Evelyn Yong Amaya	
	Teléfono: +593-4- 3804600	
	E-mail: linda.yong@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	