

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: "Responsabilidad social corporativa y rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi"

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciadas en Administración de Empresas

AUTORAS: Fernández Muenala Soraya Janeth
García Morillo Deisy Nayeli

TUTOR: Msc. Viveros Almeida Luis Homero

Tulcán, 2026

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que las estudiantes Fernández Muenala Soraya Janeth y García Morillo Deisy Nayeli con el número de cédula 1004273718 y 0450118153 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: “Responsabilidad social corporativa y rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Viveros Almeida Luis Homero

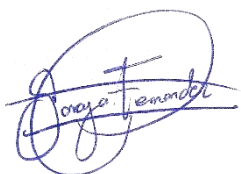
TUTOR

Tulcán, febrero de 2026

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciadas en la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Nosotras, Fernández Muenala Soraya Janeth y García Morillo Deisy Nayeli con cédula de identidad número 1004273718 y 0450118153, respectivamente, declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Fernández Muenala Soraya Janeth

AUTORA



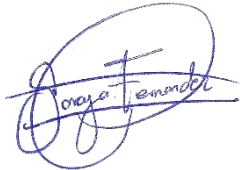
García Morillo Deisy Nayeli

AUTORA

Tulcán, febrero de 2026

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotras Fernández Muenala Soraya Janeth y García Morillo Deisy Nayeli declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: “Responsabilidad social corporativa y rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi” y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Fernández Muenala Soraya Janeth

AUTORA



García Morillo Deisy Nayeli

AUTORA

Tulcán, febrero de 2026

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento a Dios, por la fuerza y perseverancia a lo largo de mi vida. A mis padres Mirian y José pilares fundamentales en mi vida; no tengo palabras para agradecer todo su sacrificio, su confianza ciega en mí y por brindarme las herramientas necesarias para alcanzar mis metas. Todo lo que soy se lo debo a ustedes. A mis abuelitos, María y Alejandro por su cariño y consejos que siempre llevo conmigo. A mis hermanos por estar conmigo siempre. A mis queridas tías, Luzmila y Jesica, por sus palabras de aliento y apoyo en mi vida. Al Msc. Luis Viveros, mi tutor de tesis, gracias por su paciencia, guía, exigencia académica y por compartir sus conocimientos conmigo. A mi compañera de tesis y amiga, Nayeli García, gracias por el excelente trabajo en equipo, el apoyo mutuo en los momentos de estrés y las horas de desvelo compartidas. ¡Lo logramos, colega! Y a mis amigas Albenis y Ambar, gracias por ser un gran apoyo a lo largo de la carrera. Finalmente, quiero mencionar a 방탄소년단 (BTS) y cada uno de sus integrantes, por la inspiración, motivación y alegría que su música, letras y contenido me brindaron durante este proceso. BTS 보라해, 아보방보

Soraya Fernández

Agradezco a Dios por darme la fuerza, sabiduría y persistencia para culminar esta etapa tan importante en mi vida. A mi mamá, María, y abuelita, Rosa, por su amor incondicional, su apoyo y sus innumerables sacrificios. A mis hermanos, Kevin, por siempre apoyarme y motivarme a ser mejor cada día; Ander por alegrar mis días más difíciles con su risa, por ese "sí puedes" y por sus abrazos que me dieron fuerza a seguir adelante. A mis tíos Antonio y Rocío, por abrirme las puertas de su hogar, por sus palabras de aliento y por siempre estar pendiente de mí. A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, en particular a la carrera de Administración de Empresas, por darme la oportunidad de formarme profesionalmente. A mi compañera de tesis y amiga, Soraya Fernández, por su dedicación y compromiso, por compartir largas jornadas de trabajo, risas y lágrimas que han hecho que este camino sea llevadero. A mi tutor, Msc. Luis Viveros, por su orientación, paciencia y conocimientos, que han sido fundamentales para el desarrollo de esta investigación. Finalmente, agradezco a mis amigas Albenis y Ambar, por sus risas y apoyo incondicional.

Deisy García

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, los mejores del mundo, pilares fundamentales de mi existencia, por su amor incondicional, sus sacrificios y por enseñarme el valor de la responsabilidad y perseverancia. Este logro es tan suyo como mío.

Soraya Fernández

Dedico este logro con mucho amor y profundo agradecimiento a mi madre, María García. Quien siempre ha sido mi apoyo y mi fortaleza para seguir adelante. La persona que me ha acompañado en cada una de mis etapas, sin importar lo difícil que sea, quién me enseñó que los límites no existen y que, con esfuerzo y dedicación, todo es posible. Gracias por creer en mí.

Y a mis hermanos, Kevin y Ander, por su apoyo, por compartir conmigo alegrías y dificultades, y por ser mi fuente de inspiración y motivación en cada momento de este camino.

Esto es por y para ustedes.

Deisy García

ÍNDICE

RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
I. EL PROBLEMA	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. MARCO TEÓRICO	26
2.2.1. La responsabilidad social corporativa	26
2.2.2. Dimensiones de la responsabilidad social corporativa	26
2.2.3. Rendimiento Competitivo Sostenible	28
2.2.4. Teoría de los Stakeholders	28
2.2.5. Teoría de la visión basada en los recursos	29
III. METODOLOGÍA	30
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	30
3.1.1. Enfoque	30
3.1.2. Tipo de Investigación	30
3.2. HIPÓTESIS	31
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	31
3.3.1. Definición de variables	31
3.3.2. Operacionalización de variables	32

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	33
3.4.1. Método.....	33
3.4.2. Técnica.....	33
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	33
3.5.1. Tamaño de la muestra.....	33
3.5.2. Pruebas estadísticas	35
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
4.1. RESULTADOS	38
4.1.1. Análisis de la situación actual de la responsabilidad social corporativa hacia la sociedad.....	38
4.1.2. Análisis de la situación actual de la responsabilidad social corporativa hacia los clientes.....	42
4.1.3. Análisis de la situación actual de la responsabilidad social corporativa hacia los empleados.....	45
4.1.4. Análisis general de la situación actual de la responsabilidad social corporativa	47
4.1.5. Análisis general de la situación actual del rendimiento competitivo sostenible.....	50
4.1.6. Relación entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi	54
4.2. DISCUSIÓN	55
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
5.1. CONCLUSIONES	57
5.2. RECOMENDACIONES	59
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
VII. ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables.....	32
Tabla 2 Distribución de la muestra de MiPymes por Cantón	34
Tabla 3 Confiabilidad del cuestionario.....	35
Tabla 4 Baremación simple por dimensiones de la responsabilidad social corporativa	36
Tabla 5 Baremación simple por las variables de estudio.....	36
Tabla 6 Prueba de Normalidad por variable	37
Tabla 7 Escala de interpretación para el coeficiente de correlación	37
Tabla 8 Promedio por ítem: hacia la sociedad según el género	39
Tabla 9 Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según sector económico	40
Tabla 10 Promedio por ítem: hacia la sociedad según sector económico	40
Tabla 11 Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según el tipo de empresa	40
Tabla 12 Promedio por ítem: hacia la sociedad según el tipo de empresa	41
Tabla 13 Promedios de responsabilidad hacia los clientes por ítem, según el género	42
Tabla 14 Comparaciones Post-hoc de Dun: hacia los clientes según la ubicación ...	44
Tabla 15 Promedio por ítem: hacia los clientes según el tipo de empresa	44
Tabla 16 Promedio por ítem: RSC según el género	48
Tabla 17 Comparaciones Post-hoc de Dunn: RSC según el nivel educativo	48
Tabla 18 Promedio por ítem: RSC según el nivel educativo.....	49
Tabla 19 Comparaciones Post-hoc de Dun: RSC según el tipo de empresa	49
Tabla 20 Promedio por ítem: RSC según el tipo de empresa.....	50
Tabla 21 Promedio por ítem: hacia los clientes según el género	51
Tabla 22 Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según el tipo de empresa	52
Tabla 23 Promedio por ítem: hacia los clientes según el tipo de empresa	53
Tabla 24 Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según los años en el mercado	53
Tabla 25 Promedio por ítem: hacia los clientes según los años en el mercado	53
Tabla 26 Correlación entre dimensiones de RSC y rendimiento competitivo sostenible	54
Tabla 27 Correlación entre las variables	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nivel de responsabilidad social corporativa hacia la sociedad en las MiPymes	38
Figura 2 Nivel de responsabilidad social corporativa hacia los clientes en las MiPymes	42
Figura 3 Nivel de responsabilidad social corporativa hacia los empleados en las MiPymes.....	45
Figura 4 Nivel de responsabilidad social corporativa en las MiPymes.....	47
Figura 5 Nivel de rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes	51

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Certificado del abstract por parte de idiomas	64
Anexo 2. Cuestionario	65
Anexo 3. Aplicación de encuestas	67
Anexo 4. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según el nivel educativo.....	68
Anexo 5. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según los años en el mercado	69
Anexo 6. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según la ubicación	70
Anexo 7. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los clientes según el nivel educativo.....	71
Anexo 8. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los clientes según sector económico	72
Anexo 9. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los clientes según el tipo de empresa	73
Anexo 10. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los clientes según los años en el mercado	74
Anexo 11. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según el nivel educativo.....	75
Anexo 12. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según sector económico	76

Anexo 13. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según tipo de empresa	77
Anexo 14 . Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según años en el mercado	78
Anexo 15. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según la ubicación	79
Anexo 16. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RSC según el sector económico	80
Anexo 17. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RSC según los años en el mercado ..	81
Anexo 18. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RSC según la ubicación	82
Anexo 19. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según el nivel educativo	83
Anexo 20. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según el sector económico	84
Anexo 21. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según la ubicación de la empresa	85

RESUMEN

El estudio de la responsabilidad social corporativa (RSC) y el rendimiento competitivo sostenible (RCS), ha demostrado a través del tiempo su importancia al permitir a las MiPymes su supervivencia y desarrollo, en entornos empresariales volátiles. Desde dicha perspectiva, esta investigación tuvo el propósito de analizar la relación entre la RSC y el RCS apoyados en la teoría de los stakeholders y la teoría de la visión basada en recursos. La situación de cada variable y su relación se abordaron mediante un enfoque cuantitativo, de corte transversal y de tipo descriptivo y correlacional. La población investigada estuvo constituida por propietarios y gerentes de MiPymes de la provincia del Carchi a cuya muestra se aplicó una encuesta por medio de un cuestionario de escala tipo Likert. Los resultados muestran que las MiPymes presentan un nivel alto de implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa y un nivel alto de rendimiento competitivo sostenible. Además, el análisis de correlación evidenció una relación positiva débil entre las variables y sus dimensiones. Esto implica que la responsabilidad se vincula con el desempeño de las MiPymes, pero no necesariamente determina su nivel de competitividad.

Palabras Claves: Competitividad, MiPymes, responsabilidad social corporativa, rendimiento competitivo sostenible.

ABSTRACT

The extant literature on corporate social responsibility (CSR) and sustainable competitive performance (SCP) has demonstrated the enduring importance of these concepts by illustrating their role in facilitating the survival and development of MSMEs in volatile business environments. In this vein, the present study seeks to examine the relationship between CSR and SCP through the lenses of stakeholder theory and resource-based view theory. The study examined the situation of each variable and their relationship using a quantitative, cross-sectional, descriptive, and correlational approach. The population under scrutiny comprised proprietors and executives of MSMEs (micro, small and medium-sized enterprises) in the province of Carchi, with a survey employing the Likert scale being utilised to collect the relevant data. The findings demonstrate a considerable degree of implementation of corporate social responsibility practices amongst MSMEs, alongside a notable level of sustainable competitive performance. Moreover, the results of the correlation analysis demonstrated a weak positive relationship between the variables and their dimensions. This indicates that responsibility is associated with the performance of MSMEs; however, it does not necessarily determine their level of competitiveness.

Keywords: Competitiveness, MSMEs, corporate social responsibility, sustainable competitive performance

INTRODUCCIÓN

En la provincia del Carchi, las MiPymes representan un pilar fundamental para la economía local; sin embargo, muestran una adopción reducida de prácticas de responsabilidad social corporativa, lo que limita su capacidad para mantener un rendimiento competitivo sostenible. A ello se suma la escasa evidencia académica a nivel provincial que analice la relación entre la responsabilidad social corporativa y rendimiento competitivo sostenible en este sector empresarial. En este contexto, surge la necesidad de realizar esta investigación aplicada a la realidad del territorio.

La responsabilidad social corporativa implica incorporar voluntariamente las preocupaciones de las partes interesadas en las prácticas, lo que reviste especial importancia en territorios como el Carchi, se debe a que las relaciones sociales dentro de estas influyen directamente en el rendimiento de las organizaciones. Al analizar los vínculos con el rendimiento competitivo sostenible, se puede determinar si las prácticas representan una estrategia para generar competitividad. Por lo que, se concuerda que este estudio se respalda con la teoría de los stakeholders y la teoría de la visión basada en recursos.

Este estudio se alinea con los ODS 11 y 12, cuyo objetivo es promover prácticas corporativas que fomenten el desarrollo sostenible regional. La validez del estudio se basa en la adopción de instrumentos validados, que se originaron a partir de propuestas de expertos y vinculados con los fundamentos teóricos.

El objetivo general de este estudio fue analizar la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes del Carchi. Los objetivos específicos se orientaron en identificar la situación actual de la responsabilidad social corporativa, establecer la situación actual del rendimiento competitivo sostenible y determinar la relación existente entre ambas variables.

Para alcanzar estos objetivos, este estudio empleó un instrumento compuesto por 19 ítems, 11 corresponden a la variable independiente y 8 a la dependiente. Además, el estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de carácter correlacional y transversal, lo que permitió determinar el grado de relación entre las variables.

No obstante, se reconocen limitaciones durante el proceso de levantamiento de información, especialmente la disponibilidad de los gerentes o propietarios para responder a la encuesta. También al basarse en información autodeclarada, no fue

posible verificar plenamente la veracidad de todas las afirmaciones, observándose en algunos casos respuestas poco reflexivas.

Este documento se estructura en cuatro capítulos que facilitan la comprensión integral del fenómeno de estudio. El primer capítulo aborda la contextualización de la problemática, la justificación, los propósitos y las preguntas de investigación.

El segundo capítulo presenta la revisión de antecedentes y sustentó conceptual relacionado con la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible, base fundamental para interpretar el comportamiento de las MiPymes del Carchi y sustentar la elección del enfoque cuantitativo.

El tercer capítulo describe el diseño metodológico adoptado. Se expone la naturaleza cuantitativa de la investigación, el tipo de estudio de carácter descriptivo y correlacional, las variables con su respectiva operacionalización. Se detalla el método deductivo, la encuesta utilizada como técnica y el cuestionario como instrumento además de los análisis estadísticos aplicados.

El cuarto capítulo expone los resultados obtenidos, a partir de la información levantada en las MiPymes del Carchi. Se desarrolla la discusión en función de los objetivos planteados y se contrastan los hallazgos con el marco teórico, lo que permite aceptar o rechazar las hipótesis formuladas. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La responsabilidad social corporativa se ha consolidado como una estrategia en la gestión empresarial a nivel global, lo que ha permitido a las empresas mejorar su imagen, fortalezcan su relación con sus grupos de interés y avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible. En los siguientes párrafos se detalla la situación internacional, nacional y local de la problemática.

A nivel internacional, aplicar un modelo óptimo de responsabilidad social corporativa demostró que mejora la reputación y fidelidad del cliente, especialmente en pequeñas y grandes empresas. Sin embargo, diversos estudios han evidenciado cómo la responsabilidad social corporativa ha tenido un desarrollo más tardado en comparación con Europa (Da Costa Pimenta y Goicochea Calderón, 2022). Si bien en las últimas décadas se observó que el compromiso empresarial sigue siendo limitado, pues las empresas aún presentaron dificultades para incorporarla, debido a problemas estructurales, marcos regulatorios débiles y una cultura corporativa que, en muchos casos, prioriza la rentabilidad inmediata sobre la sostenibilidad a largo plazo (Xu y Yang, 2023).

Herrera Madueño *et al.* (2016) identificaron que, a pesar del creciente interés por la responsabilidad social corporativa, muchas empresas aún no comprenden su potencial estratégico y beneficios sobre el rendimiento competitivo, lo que es relevante debido a que las empresas enfrentan desafíos para mantener su competitividad en entornos dinámicos, caracterizados por recursos limitados, y presiones sociales y ambientales.

Según Acosta *et al.* (2018), en Ecuador algunas de las empresas adoptaron prácticas de responsabilidad social corporativa; sin embargo, su implementación no ha sido óptima. Por ello, fue necesario fortalecerlas mediante la mejora de sus procesos y de los mecanismos de control que están asociados a estas prácticas. Por otro lado, en la zona norte del país, las MiPymes tienen un papel relevante en la economía, especialmente en sectores como el de comercio y los servicios, pues mostraron mayores niveles de rendimiento competitivo sostenible, a diferencia de sectores como el agropecuario y manufacturero, el rendimiento fue menor. Estas diferencias

evidenciaron que no todas las MiPymes logran aprovechar de manera efectiva sus capacidades y recursos para mantener ventajas competitivas a largo plazo (Viveros *et al.*, 2025).

La revisión de literatura evidenció que la responsabilidad social corporativa se ha debatido ampliamente en diversos contextos, a diferencia del rendimiento competitivo sostenible sobre el cual la información es limitada. Además, la relación de ambas variables no ha sido explorada, lo que reflejó vacíos de investigación.

Según Oscar Ruano (comunicación personal, 16 de mayo de 2025), director del Ministerio de Producción del Carchi, las micro, pequeñas y medianas empresas de la región siguen mostrando deficiencias en la implementación de la responsabilidad social corporativa. Se enfrentan limitaciones por diversos factores, entre ellos el desconocimiento sobre sus beneficios, la falta de capacitación, la escasa inversión en procesos de certificación y la débil articulación con políticas públicas de apoyo. Aunque existen casos exitosos, como algunas florícolas y agroindustrias que han logrado insertarse en mercados internacionales adoptando normas sociales y medioambientales, la mayoría de las MiPymes aún no han integrado la responsabilidad social corporativa en sus marcos estratégicos corporativos.

Esta situación ha limitado la capacidad de las MiPymes para diferenciarse en el mercado y ha dificultado su acceso a nuevas oportunidades comerciales, reflejando una baja adopción de la responsabilidad social corporativa y, en consecuencia, un reducido rendimiento competitivo sostenible. La limitada implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa supone un obstáculo para que estas empresas desarrollen ventajas competitivas duraderas.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Existe relación entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes del Carchi?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tuvo como propósito analizar la relación entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible de las MiPymes del Carchi. Estas organizaciones constituyen el núcleo económico de la provincia, sin embargo, enfrentan limitaciones estructurales que obstaculizan su capacidad de crecimiento sostenido y su creación de valor a largo plazo.

La responsabilidad social corporativa implica que las empresas tengan en cuenta de forma voluntaria las preocupaciones de los grupos de interés, tanto internos como externos, durante sus operaciones comerciales. Resulta importante en territorios donde las interacciones entre empresas, empleados, clientes y comunidad poseen un componente social significativo. Analizar su relación con el rendimiento competitivo sostenible permitió determinar si el compromiso asumido por las MiPymes en materia social, ambiental y laboral puede transformarse en una ventaja competitiva duradera.

Esta investigación se situó dentro de las líneas de investigación de la carrera de Administración de Empresas, ya que se trató sobre la competitividad empresarial y sobre cómo gestionar intangibles desde el contexto de las MiPymes. Además, abordó los ejes transversales de sostenibilidad, emprendimiento e innovación aportando criterios de gestión que contribuyen a mejorar el entorno empresarial local.

Esta investigación demuestra que las prácticas de responsabilidad social corporativa generan beneficios no solo para la empresa, sino también para los actores involucrados en su entorno como empleados, clientes y la comunidad local. Como destacan Bai y Chang (2015), satisfacer las necesidades de estos grupos contribuye a mejorar el desempeño de la empresa, fortalecer las relaciones sociales y ayudar a identificar elementos clave para operar a largo plazo en mercados exigentes.

Este estudio se ajusta a los ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), 12 (producción y consumo responsable). El estudio empleó fuentes fiables, como artículos y herramientas que permitieron medir las variables en estudio, en combinación con el enfoque metodológico cuantitativo para garantizar su viabilidad. De igual forma, se consideró importante el interés de los actores locales por encontrar mecanismos reales para mejorar el rendimiento y la sostenibilidad de sus negocios. Los hallazgos permitieron generar recomendaciones tanto para las MiPymes como para los responsables de diseñar políticas de desarrollo empresarial y territorial.

Este estudio puede constituirse como un modelo metodológico para futuras investigaciones sobre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible. La operacionalización de las variables adoptadas en el estudio, junto con los métodos de recolección y análisis de datos utilizados en esta

investigación, pueden ser adaptados en otros contextos y contribuir al avance del conocimiento en este campo.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la responsabilidad social corporativa y rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar la situación actual de la responsabilidad social corporativa en las MiPymes de la provincia del Carchi.
- Establecer la situación actual del rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi.
- Determinar la relación entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es la situación actual de la responsabilidad social corporativa en las MiPymes de la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es la situación actual del rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Según Ramírez *et al.* (2022), la responsabilidad social corporativa se ha establecido como un eje central para las organizaciones, ya que permite la creación de métricas que influyen significativamente en los resultados sociales, medioambientales y económicos dentro de su estrategia de negocio. Esto refuerza la competitividad corporativa y las capacidades de la gestión estratégica, promueve el compromiso proactivo con las comunidades locales y las partes interesadas, garantiza el cumplimiento constante de los principios de sostenibilidad.

Para implementar eficazmente la responsabilidad social corporativa se integraron medidas innovadoras en mercados en rápida evolución, donde el compromiso con los clientes y la sociedad desempeñan un papel fundamental a la hora de permitir que a las organizaciones se adapten a los cambios y la dinámica del entorno. Por lo cual demuestra que la responsabilidad social corporativa influye directamente en el rendimiento competitivo sostenible, lo que proporciona la base teórica para el estudio.

Alcivar-Soria (2024) analizó cómo la responsabilidad social corporativa funciona como estrategia para mejorar el rendimiento empresarial mediante una revisión bibliográfica cualitativa. La responsabilidad social corporativa mejora la percepción y comportamiento de los consumidores, lo que a su vez mejora la lealtad y las ventas, lo que a su vez conduce a la fidelidad y retención de los clientes, la satisfacción y compromiso laboral. Además, el estudio destaca que la responsabilidad social corporativa contribuye a promover la diferenciación del mercado y a fomentar la innovación.

En este sentido, la responsabilidad social corporativa se está consolidando como un proceso estratégico que toma decisiones que promueve la sostenibilidad y competitividad a largo plazo de las empresas modernas, más allá del cumplimiento regulatorio. Este estudio aportó de manera significativa debido a que establece una base teórica para la relación de las dos variables.

Acosta *et al.* (2018) realizaron un estudio exploratorio y documental acerca de la implementación de la responsabilidad social corporativa en Ecuador, destacando que, pese a su implementación aún era reciente, las empresas comenzaron a reconocer sus beneficios económicos, sociales y ambientales. El artículo señaló que la responsabilidad social corporativa en el país se desarrolló en empresas grandes y multinacionales, mientras que las Pymes aún estaban enfrentando desafíos para integrarla como parte de sus estrategias. Además, se evidenció una falta de conocimiento sobre herramientas de medición y control, lo que limitó la efectividad de las acciones responsables.

A pesar de ello, el creciente interés empresarial por adoptar prácticas sostenibles reflejó una evolución positiva hacia una cultura corporativa más ética y comprometida con sus grupos de interés. Esta investigación resultó relevante, en vista de que, a pesar de que el Ecuador ha implementado la responsabilidad social corporativa todavía sigue siendo limitada, lo que sustentó la necesidad de estudiar a estas variables.

Morin García (2019) realizó un estudio acerca de la percepción y aplicación de la responsabilidad social empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas de San Luis Potosí, México. A través de encuestas aplicadas a 343 empresas, se encontró que, aunque muchas MiPymes llevan a cabo prácticas relacionadas con la responsabilidad social empresarial como lo es el reciclaje o cumplimiento legal, estas acciones no solían ser intencionadas ni sistematizadas, y están motivadas principalmente por beneficios económicos o comerciales. El estudio reveló que existe desconocimiento sobre el concepto de responsabilidad social empresarial y escaso interés en obtener certificación que acreditará a la empresa como socialmente responsable.

Bai y Chang (2015) realizaron un estudio empírico en China mediante un estudio empírico a 295 empresas, los autores propusieron una visión multidimensional de la responsabilidad social corporativa, diferenciando sus efectos según los grupos de interés: empleados, clientes y sociedad. A través del marco teórico de la teoría de los stakeholders y la teoría institucional, identificaron que la competencia en el marketing actuó de forma clave entre las actividades de responsabilidad social corporativa y el rendimiento empresarial.

En mercados emergentes, la responsabilidad social corporativa podía convertirse en una fuente estratégica de ventaja competitiva, especialmente al alinearse con las expectativas normativas de los stakeholders y adaptarse al dinamismo del entorno competitivo. Esta investigación resultó fundamental para el estudio, porque estableció las dimensiones de análisis de la variable independiente.

Khan *et al.* (2018) destacaron cómo la inversión en los recursos intangibles específicamente en el capital intelectual, la capacidad financiera y la responsabilidad social corporativa influyó en la ventaja competitiva sostenible y, por ende, en el desempeño empresarial. A través del estudio realizado a 329 pequeñas y medianas empresas en Pakistán, los autores demostraron que la ventaja competitiva sostenible actuó de forma clave entre estos recursos intangibles y el rendimiento organizacional. Mostraron que la responsabilidad social corporativa y la capacidad financiera no impactaron directamente en el desempeño, sino que lo hicieron a través de la ventaja competitiva sostenible, mientras que el capital intelectual tiene un efecto tanto directo como indirecto.

Por lo tanto, la teoría de los recursos y capacidades, con la teoría de los stakeholders, resaltaron la importancia de considerar los activos tangibles e intangibles como motores estratégicos de competitividad y sostenibilidad, especialmente en mercados dinámicos. Este estudio sustentó teóricamente, como la responsabilidad social corporativa potencia el rendimiento competitivo sostenible al integrarse con otros recursos.

Ying *et al.* (2019) analizaron el papel de las capacidades intangibles que desempeñan los gerentes en la adquisición de los recursos y el rendimiento competitivo sostenible en pequeñas y medianas empresas de Pakistán. A través de la teoría de los recursos y la teoría del escalón superior, demostraron que el capital intelectual permitió a los gerentes identificar y acceder a recursos externos valiosos, lo que a su vez mejoró el rendimiento competitivo. La adquisición de recursos actuó como mediador entre el capital intelectual y el rendimiento sostenible, mientras que la experiencia empresarial reforzó esta relación. Este estudio destacó la importancia de invertir en capacidades gerenciales intangibles como vía estratégica para fortalecer la competitividad de las Pymes en entornos emergentes, especialmente cuando los recursos tangibles son limitados.

Khan *et al.* (2022), en su estudio analizaron cómo la densidad y centralidad de las redes tiene un impacto en el rendimiento competitivo sostenible de las MiPymes manufactureras en Pakistán, incluyendo el rol mediador del respaldo financiero del gobierno. A través del estudio a 307 empresas, los autores concluyeron que la intensidad de vínculos entre actores tiene un efecto positivo y significativo en el rendimiento competitivo sostenible, mientras que la posición central que una organización ocupa dentro de la red no muestra una relación directa con dicho rendimiento. El apoyo financiero gubernamental, por su parte, reforzó la relación entre la estructura de redes y el rendimiento competitivo, actuando como impulsor para que las empresas aprovechen mejor sus conexiones y recursos externos. Entonces, las políticas públicas pueden potenciar las capacidades relacionales de las MiPymes, facilitando el acceso a recursos, innovación y sostenibilidad.

Degong *et al.* (2018) realizaron un estudio en Pakistán sobre las pymes y analizaron el impacto de las capacidades y recursos internacionales en el rendimiento competitivo sostenible. A través de un modelo de ecuaciones estructurales que fue aplicado a 304 empresas, lo que evidenció que el financiamiento internacional, la experiencia gerencial en los mercados globales y las redes internacionales tuvieron una influencia significativa positiva en cuanto al rendimiento competitivo sostenible, mientras que la tecnología internacional no mostró una relación estadísticamente relevante. Este estudio, sustentado en la teoría de los recursos y capacidades y la teoría de redes sociales, aportó una perspectiva importante sobre cómo los vínculos y recursos externos crean ventajas competitivas sostenibles en entornos cambiantes. Aunque el análisis se centró en Pakistán, sus resultados pueden ser aplicados en otras economías en desarrollo, debido a que las MiPymes enfrentan desafíos similares en su búsqueda de sostenibilidad y competitividad.

Mikalef y Pateli (2017), en su investigación sobre el papel de las capacidades dinámicas, señalan que se desarrollan debido al uso de tecnologías de la información en relación con el rendimiento competitivo de las organizaciones. A través de un estudio empírico de 274 empresas, los autores identificaron cinco capacidades que son clave: detección, coordinación, aprendizaje, integración y reconfiguración. El estudio mostro que estas capacidades no influyen directamente en el rendimiento competitivo, sino que lo hacen a través de la agilidad organizacional, la cual se manifiesta en dos dimensiones: agilidad operativa y agilidad de mercado.

Mediante un análisis de regresión y una evaluación cualitativa comparativa, se demostró que la agilidad organizacional es un factor mediador entre las capacidades dinámicas y el desempeño competitivo, especialmente en entornos cambiantes. Es necesario considerar el contexto para maximizar el valor estratégico que ofrecen las capacidades impulsadas por las tecnologías de la información.

Pelekais y Ortega Carvajalino (2020) analizaron la importancia de las MiPymes en la economía colombiana y como han incorporado el concepto de sostenibilidad en su rendimiento empresarial. El estudio destacó que las MiPymes representan más del 80% de los empleos y el 90% de la estructura productiva del país. Por lo tanto, implementar prácticas sostenibles en su gestión no solo mejoró su rentabilidad, sino que también promovió un desarrollo económico responsable con el medioambiente y la sociedad. Los autores concluyeron que la sostenibilidad, entendida como equilibrio entre aspectos económicos, sociales y ambientales, se convirtió en una ventaja competitiva que permitió a las empresas mejorar su imagen, reducir costos y alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por la ONU.

Ahmad *et al.* (2023) investigaron los mecanismos mediante los cuales el capital intelectual y la responsabilidad social corporativa influyeron en el rendimiento competitivo sostenible de las pequeñas y medianas empresas, incorporando el papel mediador de la innovación organizacional. A través del estudio empírico basado en encuestas aplicadas a 208 propietarios y altos directivos de Pymes en Pakistán, los autores emplearon modelos de ecuaciones estructurales (SEM) para analizar las relaciones entre las variables. Los resultados evidenciaron que el capital intelectual como la responsabilidad social corporativa tuvo un impacto positivo y significativo en el rendimiento competitivo sostenible.

Entonces, la innovación organizacional actuó como mediadora en estas relaciones, fortaleciendo el vínculo entre los activos intangibles y la competitividad empresarial. El estudio se fundamentó en la teoría de la visión basada en recursos (RBV), destacando que los recursos intangibles como el conocimiento, las capacidades organizativas y las prácticas de responsabilidad social corporativa fueron determinantes clave para lograr ventajas competitivas sostenibles en entornos emergentes y volátiles.

Herrera Madueño *et al.* (2016) analizaron la relación entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo de las pequeñas y medianas empresas en

España, considerando la perspectiva de múltiples grupos de interés. Para ello, se recopiló información de 481 pymes mediante cuestionarios y se aplicó la técnica de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales (PLS). Los resultados evidenciaron que la adopción de prácticas de responsabilidad social corporativa contribuye de manera directa e indirecta a mejorar el rendimiento competitivo, siendo la capacidad de gestión de las relaciones con los grupos de interés una variable mediadora clave. El estudio respaldó la hipótesis del impacto social y resaltó la importancia de los intangibles, como la capacidad relacional, en la construcción de ventajas competitivas sostenibles.

Ahmad *et al.* (2024) investigaron sobre cómo la digitalización de la responsabilidad competitivo sostenible de las pequeñas y medianas empresas en economías emergentes, específicamente en Pakistán. Basándose en la teoría de los recursos y capacidades, el estudio resaltó la importancia de los recursos intangibles, como la digitalización de la responsabilidad social corporativa y la cultura organizacional digital, en la mejora del rendimiento competitivo sostenible.

Al adoptar tecnologías digitales para gestionar y comunicar las iniciativas de responsabilidad social corporativa permitió a las Pymes responder de manera más efectiva a las expectativas de sus grupos de interés, fortaleciendo así la ventaja competitiva sostenible. Este estudio aportó evidencia sobre cómo la integración de la digitalización en las prácticas de responsabilidad social corporativa, apoyada por una cultura organizacional alineada con el entorno digital, contribuyó a que las Pymes logren ventajas competitivas duraderas.

Waheed y Zhang (2022), el estudio abordó un enfoque cuantitativo realizado en las pequeñas y medianas empresas de China y Pakistán desde la perspectiva de la teoría de los Stakeholders. Los autores determinaron el impacto que tienen las prácticas de responsabilidad social corporativa en el rendimiento competitivo sostenible, considerando el papel mediador de la cultura ética basándose en la teoría de los grupos de interés. A través de un modelo de las ecuaciones estructurales aplicado a 510 empresas de China y 480 de Pakistán donde evaluaron las seis dimensiones de responsabilidad social corporativa. Los resultados evidenciaron que existe relación positiva entre las prácticas de responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible de estos dos países. Y de igual forma, se relacionó positivamente con la cultura ética y el rendimiento demostrando su efecto mediador.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. La responsabilidad social corporativa

Para Bai y Chang (2015), la responsabilidad social corporativa ha sido consolidada como un enfoque estratégico que permite a las organizaciones integrar sus preocupaciones sociales, ambientales y económicas en sus operaciones y en la interacción con sus stakeholders. Incluso en el caso de las MiPymes hablamos de que la responsabilidad social corporativa representa para estas una herramienta o estrategia que les permitirá fortalecer reputación y sostenibilidad a largo plazo.

En este sentido, la responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento normativo. Debido a que su aplicación implica la adopción de prácticas éticas y sostenibles que fortalecen la relación con los grupos de interés, mejoran la imagen corporativa y contribuyen al desarrollo social y ambiental, aspectos que resultan relevantes para las MiPymes en contextos competitivos y cambiantes.

Por su parte, Camilleri y Carroll (2024) definen la responsabilidad social corporativa como un modelo de negocios donde aplica y promueve iniciativas que van más allá de solo cumplimiento legal autorreguladas de forma voluntaria por las organizaciones con el fin de apoyar a los grupos de interés para el bien común.

Estas iniciativas voluntarias ayudan a crear confianza, reforzar los vínculos con los interesados y construir ventajas competitivas sostenibles. De este modo, contribuyen no solo a un mejor funcionamiento de la organización, sino también al bienestar colectivo y al desarrollo sostenible.

2.2.2. Dimensiones de la responsabilidad social corporativa

- Responsabilidad social corporativa hacia la sociedad

Bai y Chang (2015) mencionan que la responsabilidad social corporativa hacia la sociedad comprende las áreas relacionadas con el medio ambiente, crecimiento sostenible y contribución a la sociedad en sí. Desde un enfoque social, la responsabilidad social corporativa se analiza como un compromiso que trasciende el ámbito interno de la organización y se proyecta hacia la sociedad en general, considerando su impacto en el entorno y en el desarrollo sostenible.

Las empresas socialmente responsables se caracterizan por su compromiso con la sociedad en general. Asumen que este compromiso contribuye a una sociedad más

justa y equitativa, fortaleciendo su reputación, como también la sostenibilidad a largo plazo (Ayala del Pino, 2021).

Por otro lado, Singh y Misra (2021) señalan que la responsabilidad hacia la sociedad o comunidad implica que cada empresa, además de cumplir con sus propósitos principales, debe contribuir al bienestar social. Lo que incluye acciones que apoyan al desarrollo comunitario, protección ambiental y a la cultura entre otros más.

- Responsabilidad social corporativa hacia los clientes

Para Bai y Chang (2015), la responsabilidad social corporativa hacia los clientes se refiere a la consideración que tiene la empresa por los intereses de sus clientes, promoviendo una percepción positiva por parte de los consumidores para con la empresa, al implementar prácticas con esto en mente la responsabilidad social corporativa también permite que las empresas tengan la capacidad de percepción y respuesta al mercado de forma anticipada ya que gracias a la información constante que se obtenga se vuelve más fácil la detección de necesidades de los consumidores.

De igual manera, Singh y Misra (2021) definen la responsabilidad social corporativa hacia los clientes como las prácticas que comprenden los servicios que son de alta calidad, brindan información de forma adecuada, resuelven de forma eficaz quejas y aseguran la satisfacción de cada uno de los clientes.

- Responsabilidad Social Corporativa hacia empleados

De acuerdo con Bai y Chang (2015), la responsabilidad social corporativa orientada hacia los empleados se refiere a la consideración voluntaria por parte del propietario o gerente de la empresa para ayudar a los empleados a desarrollarse profesionalmente, equilibrar su vida laboral y familiar y proporcionar buenas condiciones laborales permitiendo contar con personal capaz y valioso.

Además, la responsabilidad social corporativa hacia los empleados comprende las acciones que la organización debe realizar para el bienestar de los trabajadores, de forma interna, se vincula con el bienestar laboral y la ética empresarial (Singh y Misra, 2021).

2.2.3. Rendimiento Competitivo Sostenible

De acuerdo Degong *et. al* (2018), la perspectiva basada en los recursos esta sugiere que las empresas con recursos y capacidades únicas pueden conseguir una posición competitiva a largo plazo en entornos cambiantes con una alta rentabilidad.

En este sentido, la gestión estratégica de los recursos y capacidades permite a las empresas generar ventajas competitivas difíciles de imitar, las cuales pueden mantenerse en el tiempo cuando se alinean con las demandas del entorno. Estas ventajas no solo se reflejan en resultados económicos, sino también en la capacidad de la organización para actuar de manera responsable frente a sus grupos de interés y los desafíos sociales y ambientales.

Por otro lado, Ullah *et al.* (2021) “el rendimiento competitivo sostenible es la capacidad de una organización para satisfacer las necesidades actuales y futuras de sus grupos de interés de una manera social, económica y ambientalmente responsable” (p.3). El rendimiento competitivo sostenible se demuestra con resultados mayores a la competencia a largo plazo y bajas posibilidades de bajas drásticas (Al-Omush *et al.*, 2023).

2.2.4. Teoría de los Stakeholders

Para Fernández y Bajo (2012), la teoría de los Stakeholders en una empresa debe considerar y gestionar tanto los intereses de sus accionistas, como también de todos los grupos que pueden verse afectados por sus actividades, como empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general. Estos grupos, llamados stakeholders, tienen diversos intereses y pueden influir en el éxito y sostenibilidad de la empresa, por lo que es fundamental identificarlos y atender sus necesidades para lograr una gestión responsable

Además, para priorizar y gestionar adecuadamente a los stakeholders, es necesario considerar tres atributos clave: poder, legitimidad y urgencia, que determinan la importancia y el nivel de atención que la empresa debe prestar a cada grupo. La correcta gestión de estos grupos de interés permite cumplir objetivos económicos y fortalecer la relación con la sociedad garantizando la sostenibilidad a largo plazo (Fernández y Bajo, 2012).

Freeman menciona que un sujeto o grupo que resulte afectado de forma directa o indirecta al llevar a cabo objetivos organizacionales se considera un stakeholder y el

fin de la teoría es hacer que los gerentes tomen en cuenta y entiendan a los grupos de interés al tomar decisiones para lograr una administración estratégica que en consecuencia permita una sostenibilidad a largo plazo (Rojas-Vargas y Madero-Gómez, 2018).

2.2.5. Teoría de la visión basada en los recursos

Según Mailani *et al.* (2024), la teoría del visón basada en los recursos explica que puede lograr ventaja competitiva sostenible cuando cuenta con recursos internos que son valiosos y no sustituibles. Estos recursos pueden ser tangibles como intangibles que permiten que la organización se diferencia y mejore su rendimiento frente a los competidores.

Esta teoría sostiene que para que dichos recursos sean sostenibles a largo plazo, es esencial identificarlos, gestionarlos y protegerlos de manera adecuada; no basta simplemente con tenerlos, pues deben ser difíciles de copiar y transferir entre las distintas organizaciones.

No es suficiente contar con recursos, sino que la empresa tenga la capacidad para gestionarlos de forma adecuada para tener ventaja competitiva en el tiempo. Por ello, esta teoría es importante, puesto que analiza como las empresas pueden mejorar su rendimiento a largo plazo en base a sus propios recursos y capacidades (Mailani *et al.*, 2024).

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Hernández *et al.* (2014) explica que el enfoque cuantitativo se basa en la obtención de información empírica que permite comprobar supuestos mediante técnicas estadísticas, con el fin de establecer tendencias conductuales y validar planteamientos teóricos. Para el desarrollo de la investigación se optó por implementar un enfoque cuantitativo y de corte transversal, puesto que se aplicó un análisis estadístico mediante el cual se midió las variables en estudio en un momento determinado. Este diseño permitió examinar el comportamiento de cada una de las variables y su relación en el contexto real de las MiPymes, sin intervenir ni modificar las condiciones en las que operan. Esto en función del cumplimiento de los objetivos planteados en el estudio.

3.1.2. Tipo de Investigación

- Descriptiva

Los estudios descriptivos tienen como propósito especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos u otros fenómenos que son objeto de análisis. Este tipo de estudios se centra en medir y recopilar información de manera independiente o conjunta sobre las variables o conceptos de interés, sin pretender establecer relaciones causales o explicativas entre ellos, sino describir cómo se manifiestan en un contexto determinado (Hernández *et al.*, 2014).

- Correlacional

Los estudios correlacionales buscan determinar el grado de relación o asociación entre dos o más variables en un contexto específico, sin establecer causalidad. Para ello, las variables se miden de forma independiente en los mismos sujetos y posteriormente se analizan estadísticamente para identificar la existencia y fuerza de su vinculación (Hernández *et al.*, 2014).

Por tanto, se analizó las variables en estudio y posteriormente la relación existente entre ellas durante un periodo de tiempo determinado, lo que permitió obtener una comprensión más clara de su comportamiento y del grado de asociación presente en el contexto investigado.

3.2. HIPÓTESIS

Hipótesis Nula (H_0): La responsabilidad social corporativa no se relaciona con el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi.

Hipótesis Alternativa (H_1): La responsabilidad social corporativa se relaciona con el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1. Definición de variables

Variable independiente: Responsabilidad social corporativa

La responsabilidad social corporativa se entiende como aquellas prácticas aplicadas estratégicamente en una empresa equilibrando los intereses de las partes interesadas donde se incluyen empleados, clientes y comunidad (Ayala del Pino, 2021).

Además, la responsabilidad social corporativa implica el compromiso voluntario de las empresas con principios éticos, sociales y ambientales, integrándolos en su gestión y en la toma de decisiones. A través de estas prácticas, las organizaciones no solo buscan generar beneficios económicos, sino también impactar positivamente en su entorno, fortalecer su reputación y construir relaciones de confianza a largo plazo con sus grupos de interés.

Variable dependiente: Rendimiento competitivo sostenible

Por rendimiento competitivo sostenible se entiende a la capacidad de una organización para satisfacer las necesidades actuales y futuras de sus grupos de interés de una manera social, económica y ambientalmente responsable (Mikalef y Pateli, 2017).

Asimismo, el rendimiento competitivo sostenible implica la integración de estrategias que promuevan la eficiencia operativa, la innovación y la adaptación al entorno cambiante, garantizando no solo la permanencia de la organización en el mercado, sino también la generación de valor compartido para la empresa y la sociedad en su conjunto.

3.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
Responsabilidad Social Corporativa	Responsabilidad Social hacia la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • Programas para reducir el impacto ambiental • Participación en actividades ambientales • Crecimiento • Sostenible • Énfasis para con la sociedad 	Encuesta a propietarios y gerentes de MiPymes del Carchi	Cuestionario
	Responsabilidad Social hacia los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Brindan información precisa • Derechos del consumidor • Satisfacción del cliente 		
	Responsabilidad Social hacia los empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Acceder a educación laboral • Desarrollo Profesional • Políticas Flexibles • Empresarial Apoyo Laboral 		
Rendimiento Competitivo Sostenible		<ul style="list-style-type: none"> • ROI • Beneficios como porcentaje de las ventas. • Disminución de los tiempos de ciclo de entrega de productos o servicios. • Respuesta rápida a la demanda del mercado. • Confirmación rápida de los pedidos de los clientes. • Aumento de la satisfacción del cliente. • Aumento de las tasas de crecimiento de los beneficios y de las cuotas de mercado. • Reducción de los costes operativos. 	Encuesta a propietarios y gerentes de MiPymes	Cuestionario

Nota. Elaboración propia con base en datos de Bai y Chang (2015), Ying et al. (2019), Degong et al. (2018) y Mikalef y Pateli (2017).

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método

En la investigación se empleó los métodos deductivo, analítico y sintético. El método deductivo permitió la formulación de hipótesis a partir de fundamentos teóricos y su posterior contrastación con la información empírica obtenida, constituyéndose en un camino lógico para abordar el problema de investigación. Por su parte, el método analítico facilitó la descomposición del objeto de estudio en sus componentes principales, lo que posibilitó el análisis individual de las variables en el marco teórico, la operacionalización y la interpretación de los resultados obtenidos a través de las encuestas. Finalmente, el método sintético permitió integrar los hallazgos parciales en una visión global, contribuyendo a la elaboración de conclusiones y recomendaciones que reflejan de manera coherente los resultados de la investigación (Bernal, 2010).

3.4.2. Técnica

La encuesta permite obtener datos de manera sistemática, objetiva y estandarizada, facilitando la recopilación de información (Hernández *et al.*, 2014).

Por tanto, se utilizó la técnica de la encuesta, empleando como instrumento un cuestionario. Este fue adaptado del propuesto por Bai y Chang (2015), para medir la responsabilidad social corporativa, y del propuesto por Ying *et al.* (2019), para evaluar el rendimiento competitivo sostenible. EL cuestionario estuvo conformado por 19 ítems, con cinco opciones de respuesta bajo la escala de Likert; en el caso de responsabilidad social corporativa, las opciones iban de totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo, mientras que para el rendimiento competitivo sostenible las opciones iban desde extremadamente peor a extremadamente mejor. La aplicación de las encuestas se realizó de manera presencial utilizando la herramienta de Microsoft Forms a los gerentes y propietarios de las MiPymes de los distintos cantones del Carchi.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1. Tamaño de la muestra

Para la investigación, se consideraron los datos obtenidos del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2024), correspondientes a la provincia del Carchi, cuya población total fue de 552 MiPymes. Estas empresas se

dividieron en varios sectores económicos, como comercio, agricultura, servicios de transporte, entre otros, y se distribuyeron entre los seis cantones que conforman la provincia: Bolívar, Espejo, Montúfar, Mira, San Pedro de Huaca y Tulcán. Para calcular el tamaño de la muestra, se empleó la fórmula de población finita, dado que es adecuada cuando la población es limitada y se busca obtener una muestra representativa.

Fórmula de población finita:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

N= Población Total del estudio

n= Tamaño de la muestra

Z²= Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (95%= 1,96)

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (fracaso)

e²= Limite de error muestral (5% = 0,05)

Con base en la fórmula, se determinó una muestra de 227 MiPymes. Para la selección de la muestra, se aplicó un muestreo probabilístico con la técnica de muestreo estratificado, dividiendo la muestra en los seis cantones de la provincia del Carchi. Sin embargo, el tamaño final de la muestra para el análisis fue de 552 MiPymes, como se observa en la Tabla 2, debido a que se obtuvieron respuestas adicionales que fueron válidas.

Tabla 2

Distribución de la muestra de MiPymes por Cantón

Cantón	Número de MiPymes	Distribución de muestra
Bolívar	28	14
Espejo	83	36
Mira	85	37
Montúfar	97	41
San Pedro de Huaca	25	11
Tulcán	234	95
Total	552	234

3.5.2. Pruebas estadísticas

- Validación del instrumento

Frías-Navarro (2023) señala que la validación de un instrumento de investigación requiere la revisión de expertos, la aplicación de una prueba piloto y el análisis de fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach asegurando así su validez y consistencia interna. Para la validación del cuestionario, se llevó a cabo un proceso integral donde el instrumento fue sometido a una evaluación de tres expertos académicos en las áreas de estudio, quienes confirmaron la claridad y coherencia de los ítems, lo que permitió ajustar y mejorar el instrumento antes de su aplicación definitiva.

Posteriormente, se realizó una prueba piloto a 25 gerentes de MiPymes, quienes ayudaron a evaluar la estructura de las preguntas y la facilidad de respuesta de las mismas. Una vez aplicado el pilotaje, se analizó la fiabilidad interna del cuestionario mediante la aplicación del estadístico alfa de Cronbach en el software JASP versión 0.95.4 para determinar la coherencia de las respuestas. Los valores obtenidos demostraron una adecuada confiabilidad y robustez de los datos recolectados al ser mayores a 0.7. Al haber obtenido la validación del instrumento, se realizó el levantamiento de información.

Finalmente, se llevó a cabo la depuración de datos, donde se eliminaron las respuestas incompletas, duplicadas y aquellas que no cumplían con el perfil de participantes a encuestar para el estudio. Los valores obtenidos se detallan a continuación en la Tabla 3.

Tabla 3

Confiabilidad del cuestionario

	α - pilotaje	α - base de datos
Responsabilidad social corporativa hacia la sociedad	0.85	0.75
Responsabilidad social corporativa hacia los clientes	0.73	0.82
Responsabilidad social corporativa hacia los empleados	0.84	0.97
Rendimiento competitivo sostenible	0.91	0.86

- Método Baremo

Según Montañez y Palma (2023), el método del baremo permite medir o calificar una variable y sus dimensiones según la necesidad del estudio, mediante puntajes equidistantes. Para evaluar la situación actual de la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible, se aplicó la técnica de baremación simple o mediante puntajes equidistantes.

En primer lugar, se sumaron los puntajes obtenidos en cada dimensión. Con esos valores, se identificaron el mínimo y el máximo, a partir de los cuales se calculó el rango (máximo – mínimo). Posteriormente, el rango se dividió entre el número de niveles establecidos, lo que permitió determinar la amplitud correspondiente a cada nivel de clasificación. Finalmente, tomando como punto de partida el valor mínimo, se sumaron los intervalos de amplitud para definir los rangos o intervalos que correspondían a los niveles bajo, medio y alto (Tabla 4 y 5). Este procedimiento garantiza objetividad en la clasificación de los resultados y evita ambigüedades en la interpretación (Montañez y Palma, 2023).

Tabla 4

Baremación simple por dimensiones de la responsabilidad social corporativa

Dimensión	Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto
Responsabilidad social corporativa hacia la Sociedad	Desde 4 Hasta 9	Desde 10 Hasta 15	Desde 16 Hasta 20
Responsabilidad social corporativa hacia los Clientes	Desde 3 Hasta 7	Desde 8 Hasta 11	Desde 12 Hasta 15
Responsabilidad social corporativa hacia los Empleados	Desde 4 Hasta 9	Desde 10 Hasta 15	Desde 16 Hasta 20

Tabla 5

Baremación simple por las variables de estudio

Variable	Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto
Responsabilidad social corporativa	Desde 11 Hasta 26	Desde 27 Hasta 40	Desde 41 Hasta 55
Rendimiento competitivo sostenible	Desde 8 Hasta 19	Desde 20 Hasta 29	Desde 30 Hasta 40

- Pruebas de normalidad

Según Razali y Wah (2011), la selección de una prueba adecuada para evaluar la normalidad de los datos es fundamental para garantizar la validez del análisis estadístico. Los autores demostraron que Shapiro-Wilk presenta el mayor poder estadístico para todo tipo de distribuciones y tamaños de muestra, incluso frente a la prueba de Kolmogorov-Smirnov.

Por esta razón, se empleó Shapiro-Wilk para evaluar la normalidad de los datos. El valor de p obtenido fue < 0.001 en las dos variables, lo que indicó que los datos no siguen una distribución normal (Tabla 6).

Tabla 6*Prueba de Normalidad por variable*

Variable	Shapiro-Wilk	Valor de p
Responsabilidad Social Corporativa	0.966	< .001
Rendimiento competitivo sostenible	0.985	0.012

- Análisis correlacional

Según Roy-García et al. (2019), la rho de Spearman es un coeficiente no paramétrico que mide la relación entre dos variables cuando no hay normalidad. De modo que 0 significa sin correlación y 1 correlación perfecta (Tabla 7). Por esta razón, para identificar de la relación entre las variables, se utilizó este coeficiente mediante el software estadístico JASP versión 0.95.4 y las técnicas descriptivas.

Tabla 7*Escala de interpretación para el coeficiente de correlación*

Significancia bilateral	Correlación
0	Sin correlación
±0,20	Correlación débil
±0,50	Correlación moderada
±0,8	Correlación buena
1	Correlación perfecta

Nota. Elaboración propia con base en datos de Roy-García et al. (2019)

- Pruebas no paramétricas

Según Ramirez Ríos y Polack Peña (2020), la prueba U de Mann-Whitney sirve para verificar la hipótesis de que dos muestras aleatorias independientes provienen de poblaciones iguales, siendo equivalente a la prueba H de Kruskal-Wallis para dos grupos y basándose en rangos en lugar de promedios. Entonces, se complementó el análisis con la prueba U de Mann-Whitney, la cual permitió comparar las diferencias existentes entre dos muestras (género). De igual forma, se aplicó la prueba H de Kruskal-Wallis para contrastar diferencias en más de dos muestras (nivel educativo, sector económico, tipo de empresa, años en el mercado y ubicación de la empresa), considerando las correcciones de Bonf y Holm. De esta manera, se garantizó un análisis más detallado tanto para la variable independiente como dependiente.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

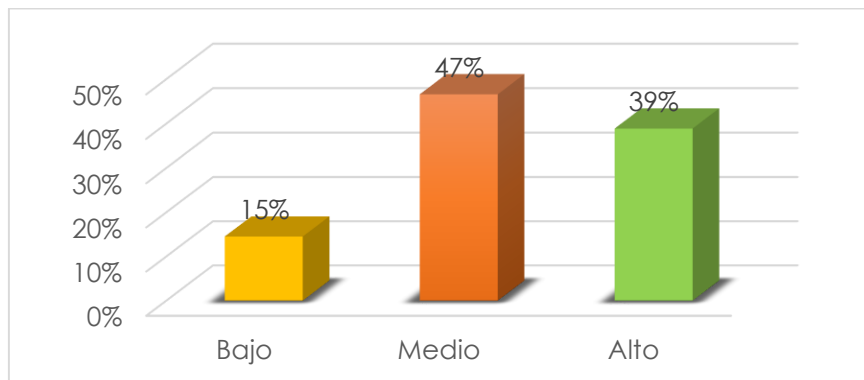
Se identificó el nivel de responsabilidad social corporativa en el que se encuentran las MiPymes por dimensión:

4.1.1. Análisis de la situación actual de la responsabilidad social corporativa hacia la sociedad

En cuanto a la responsabilidad social corporativa hacia la sociedad, según la Figura 1, se obtuvo un resultado de 109 MiPymes en un nivel medio, lo que evidenció un compromiso parcial frente a la ejecución de prácticas que incluyen beneficios para la comunidad y el medio ambiente. Aquellas que se encuentran en un nivel alto que son 91 MiPymes, demuestran un fuerte compromiso con la implementación de estas prácticas. Por el contrario, 34 de ellas se encuentran en nivel bajo, lo que reveló que no han integrado acciones estratégicas en beneficio y consideración de la comunidad (Figura 1).

Figura 1

Nivel de responsabilidad social corporativa hacia la sociedad en las MiPymes



A continuación, se presenta el análisis de diferencias significativas de acuerdo con los datos demográficos:

- Género

Se aplicó la prueba de U de Mann-Whitney para comparar la responsabilidad social corporativa hacia la sociedad según el género. Se obtuvo un valor de $U=5756$ y un $p=0.035$, inferior al nivel de significancia 0.05. Lo que demostró que existe una

diferencia estadísticamente significativa. El análisis de promedios evidenció que el género masculino presentó promedios ligeramente más altos de responsabilidad, especialmente en los ítems relacionados con programas para disminuir el impacto ambiental y la participación de actividades relacionadas con el medio ambiente. Lo que demostró que el género masculino tiene mayor inclinación hacia la implementación de acciones orientadas al cuidado del ambiente (Tabla 8).

Tabla 8

Promedio por ítem: hacia la sociedad según el género

Género	Programas para reducir el impacto ambiental	Participación en actividades ambientales	Crecimiento sostenible	Énfasis para con la sociedad
Femenino	2.72	2.56	3.97	4.03
Masculino	3.13	2.96	4.03	4.21

- Nivel educativo

Al aplicar la prueba de Kruskal-Wallis se evidenció que no existen diferencias estadísticamente significativas de responsabilidad hacia la sociedad según el nivel educativo, dado que el estadístico H fue 10.34 y el valor de $p=0.066$, superior al nivel de significancia 0.05. Además, se realizó la prueba post-hoc de Dunn para las comparaciones por pares entre los diferentes niveles educativos, aunque algunos valores p fueron bajos, como posgrado-secundaria, las correcciones de Bonf y Holm confirmaron que no existen diferencias estadísticamente significativas (Anexo 3). Por lo tanto, independientemente del nivel educativo de los gerentes o propietarios de las MiPymes, se observó un comportamiento similar en la aplicación de prácticas ambientales.

- Sector económico

El análisis mediante la prueba Kruskal-Wallis identificó que existen diferencias estadísticamente significativas entre los sectores económicos, debido a que el estadístico H fue 10.82 y el valor de $p=0.013$. Por ello, se aplicó la prueba post-hoc de Dunn, mediante el cual se identificó una diferencia entre el sector comercial y logístico con el sector primario, con un valor p corregido de 0.022 (Tabla 9). Las comparaciones entre sectores económicos permitieron precisar en qué grupos se presentan diferencias significativas en la responsabilidad hacia la sociedad. Esto indicó que los sectores comercial y primario difieren notablemente en cuanto a la implementación de prácticas de responsabilidad hacia la sociedad donde cada una de estas contribuyen a la medición del nivel de esta dimensión.

Tabla 9

Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según sector económico

Comparación	p	p_{Bonf}	p_{Holm}
Comercial y Logístico - Industrial	0.096	0.574	0.287
Comercial y Logístico - Sector primario	0.004	0.022	0.022
Comercial y Logístico - Servicios	0.260	1.000	0.520
Industrial - Sector primario	0.059	0.355	0.237
Industrial - Servicios	0.450	1.000	0.520
Sector primario- Servicios	0.016	0.096	0.080

El análisis por ítem evidenció que las MiPymes del sector primario presentaron niveles más elevados en cada uno de los aspectos analizados, particularmente en la participación en acciones medioambientales y en los programas para disminuir el impacto ambiental, lo que es coherente con la naturaleza de sus operaciones. A diferencia del sector comercial y logístico que mostró niveles bajos de adopción en acciones ambientales (Tabla 10).

Tabla 10

Promedio por ítem: hacia la sociedad según sector económico

Sector económico	Programas para reducir el impacto ambiental	Participación en actividades ambientales	Crecimiento sostenible	Énfasis para con la sociedad
Comercial y Logístico	2.7	2.5	4	4.1
Industrial	3.3	3.4	4.1	4
Sector primario	4.3	4.8	4-3	4.7
Servicios	3.1	2.8	4	4

- Tipo de empresa

La prueba de Kruskal-Wallis indicó que existen diferencias estadísticamente significativas, ya que el estadístico H fue 13.74 y el valor de $p=0.001$. El análisis post-hoc de Dunn mostró que existen diferencias entre las medianas y microempresas, así como también entre las microempresas y pequeñas empresas, pues los valores obtenidos en los dos casos fueron menores a 0.05 (Tabla 11). El análisis comparativo por tamaño empresarial resulta clave para comprender las diferencias en el comportamiento de la variable en estudio.

Tabla 11

Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según el tipo de empresa

Comparación	p	p_{Bonf}	p_{Holm}
Mediana - Microempresa	0.005	0.015	0.015
Mediana - Pequeña	0.199	0.596	0.199
Microempresa - Pequeña	0.011	0.034	0.023

En el análisis por ítems evidenció que las medianas empresas superan a las microempresas y a las pequeñas empresas de manera constante, logrando promedios altos. Las pequeñas empresas se sitúan en un nivel medio, mientras que las microempresas tienen índices más bajos, especialmente en las acciones ambientales (Tabla 12). Lo que indicó que el tamaño de la empresa está relacionado directamente con la capacidad para implementar prácticas de responsabilidad social corporativa. Las empresas medianas y pequeñas cuentan con mayores recursos y procesos más formalizados, lo que facilita la ejecución de estas prácticas. A diferencia de las microempresas, que enfrentan limitaciones en sus recursos y capacidades que dificulta su adopción.

Tabla 12

Promedio por ítem: hacia la sociedad según el tipo de empresa

Tipo de empresa	Programas para reducir el impacto ambiental	Participación en actividades ambientales	Crecimiento sostenible	Énfasis para con la sociedad
Mediana	4.6	4.6	4.6	4.8
Microempresa	2.8	2.6	4.0	4.1
Pequeña	3.8	3.9	4.1	4.2

- Años en el mercado

Se analizó la responsabilidad social corporativa hacia la sociedad según los años que las empresas llevan operando en el mercado mediante la prueba de Kruskal-Wallis. Los resultados que se obtuvo indicaron que no existen diferencias estadísticamente significativas, dado que el estadístico H fue 2.781 y un valor de $p=0.427$. Además, se realizó el análisis post-hoc de Dunn confirmó que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 4). Por ello, independientemente de los años que las empresas llevan operando en el mercado no influye de manera determinante en cuanto aplicación de responsabilidad social corporativa con la sociedad.

- Ubicación de la empresa

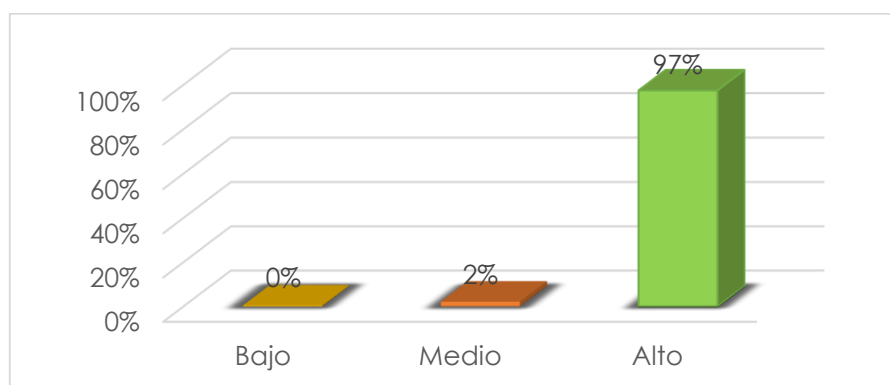
La prueba de Kruskal-Wallis aplicada para conocer las diferencias según la ubicación de la empresa indicó que no existen diferencias estadísticamente significativas, dado que el estadístico H fue 2.311 y el valor de $p=0.805$. Al realizar el análisis post-hoc de Dunn confirmó que ninguna de las comparaciones por pares resultó significativa (Anexo 5), lo que demostró que la ubicación geográfica no condiciona la adopción de prácticas ambientales.

4.1.2. Análisis de la situación actual de la responsabilidad social corporativa hacia los clientes

En el caso de responsabilidad social corporativa hacia los clientes reflejó que la gran mayoría de las empresas mantienen un fuerte compromiso con los clientes. Este nivel alto representa 228 MiPymes lo que indica que mantienen un alto compromiso con la ética, la transparencia y la satisfacción del cliente. El nivel medio corresponde a 5 MiPymes indica que estas empresas se encuentran en proceso de mejorar de sus prácticas. Por último, el nivel bajo indica que no existen organizaciones que descuiden la responsabilidad hacia sus clientes (Figura 2).

Figura 2

Nivel de responsabilidad social corporativa hacia los clientes en las MiPymes



A continuación, se presenta el análisis de diferencias significativas de acuerdo con los datos demográficos:

- Género

La prueba U de Mann-Whitney evidenció diferencias estadísticamente significativas en la responsabilidad hacia los clientes según el género y se obtuvo un valor de $U = 5774$ y un $p = 0.011$. El análisis de promedios mostró valores ligeramente superiores en el género masculino; no obstante, ambos grupos registraron promedios superiores a 4.6, lo que indica que tanto hombres como mujeres priorizan la relación con sus clientes (Tabla 13).

Tabla 13

Promedios de responsabilidad hacia los clientes por ítem, según el género

Género	Brindan información precisa	Derechos del consumidor	Satisfacción del cliente
Femenino	4.61	4.66	4.84
Masculino	4.83	4.81	4.93

- Nivel educativo

La prueba de Kruskal-Wallis determinó que no existen diferencias estadísticamente significativas según el nivel educativo. Dado que el estadístico H fue 2.562 y el valor de $p=0.767$. Posteriormente, con la prueba post-hoc de Dunn, se obtuvo que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 6), indicando que, sin importar el nivel educativo de los gerentes, existe una percepción similar respecto a la importancia que tienen los clientes en las MiPymes.

- Sector económico

El análisis mediante la prueba de Kruskal-Wallis indicó que no existen diferencias estadísticamente significativas entre los sectores, dado que el estadístico H fue 6.128 con un valor de $p=0.106$. Además, se aplicó la prueba post-hoc de Dunn para las comparaciones por pares entre los diferentes sectores económicos, y aunque hay un valor de p que es bajo en comercial y logístico e industrial, al aplicar las correcciones de Bonf y holm, ninguna de las comparaciones es estadísticamente significativa (Anexo 7). Esto indica que, independientemente del sector económico, las MiPymes presentan un comportamiento similar.

- Tipo de empresa

Se aplicó la prueba de Kruskal-Wallis. Los resultados indicaron que no existen diferencias estadísticamente significativas entre los diferentes tipos de empresas, ya que el estadístico H fue 1.137 y el valor de $p=0.567$. Al aplicar la prueba post-hoc de Dunn se corroboró que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 8), indicando que, sin importar el tamaño de las MiPymes mantienen comportamientos similares.

- Años en el mercado

Al evaluar la responsabilidad hacia los clientes según los años en el mercado mediante la prueba de Kruskal-Wallis, se obtuvo un estadístico $H=2.208$ y $p=0.530$, lo que indicó que no existen diferencias estadísticamente significativas. Asimismo, se aplicó la prueba post-hoc de Dunn y confirmó que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 9), demostrando que el tiempo que llevan operando en el mercado no condiciona las actividades de los gerentes de las MiPymes, reflejando que las dinámicas actuales exigen adaptabilidad constante más allá de la trayectoria histórica de la organización.

- Ubicación de la empresa

Mediante la prueba de Kruskal-Wallis los resultados mostraron diferencias estadísticamente significativas ($H=41.62$; $p=0.001$). La prueba post-hoc de Dunn identificó que las MiPymes de Mira difieren significativamente de las de Bolívar, Montúfar y Tulcán, y también se observaron diferencias entre Espejo y Tulcán (Tabla 14). Esto indica que la ubicación geográfica influye en el nivel de responsabilidad social corporativa hacia los clientes.

Tabla 14

Comparaciones Post-hoc de Dun: hacia los clientes según la ubicación

Comparación	p	pBonf	pHolm
Bolívar - Espejo	0.273	1.000	1.000
Bolívar - Mira	0.001	0.020	0.016
Bolívar - Montúfar	0.539	1.000	1.000
Bolívar - San Pedro de Huaca	0.428	1.000	1.000
Bolívar - Tulcán	0.744	1.000	1.000
Espejo - Mira	< .001	< .001	< .001
Espejo - Montúfar	0.498	1.000	1.000
Espejo - San Pedro de Huaca	0.054	0.805	0.483
Espejo - Tulcán	0.025	0.375	0.275
Mira - Montúfar	< .001	< .001	< .001
Mira - San Pedro de Huaca	0.045	0.674	0.449
Mira - Tulcán	< .001	< .001	< .001
Montúfar - San Pedro de Huaca	0.133	1.000	1.000
Montúfar - Tulcán	0.129	1.000	1.000
San Pedro de Huaca - Tulcán	0.478	1.000	1.000

Los resultados muestran que todos los cantones presentan promedios elevados, reflejando un alto compromiso con la responsabilidad social corporativa hacia los clientes. Espejo y Montúfar destaca con los puntajes más altos, mientras que Mira, sus puntajes son menores, pero se mantienen en niveles satisfactorios (Tabla 15).

Tabla 15

Promedio por ítem: hacia los clientes según el tipo de empresa

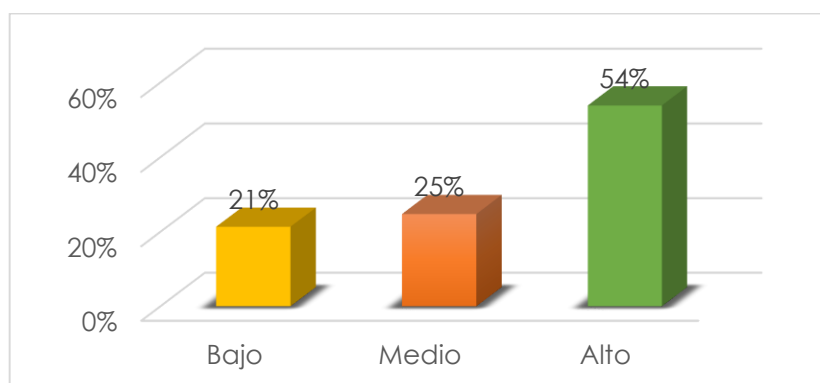
Tipo de empresa	Brinda información precisa	Derechos del consumidor	Satisfacción del cliente
Bolívar	4.9	4.6	4.9
Espejo	4.9	4.9	5.0
Mira	4.3	4.4	4.7
Montúfar	4.8	4.9	5.0
San Pedro de Huaca	4.5	4.6	4.7
Tulcán	4.7	4.8	4.9

4.1.3. Análisis de la situación actual de la responsabilidad social corporativa hacia los empleados

El nivel de Responsabilidad Social Corporativa hacia los empleados mostró que 126 MiPymes se ubicaron en un nivel alto, lo que reflejó un alto compromiso con el bienestar y desarrollo de este grupo de interés. Un total de 58 MiPymes se encontraron en un nivel medio, lo que indicó que, se reconoce al empleado como un actor importante, pero no hay compromiso fuerte su desarrollo profesional, lo que puede llevar a que únicamente se prioriza sus necesidades básicas. Finalmente, 50 MiPymes se situaron en un nivel bajo, este valor puede deberse a que varias de estas MiPymes no cuentan con empleados formales, por lo que no se prioriza la relación con este grupo de interés (Figura 3).

Figura 3

Nivel de responsabilidad social corporativa hacia los empleados en las MiPymes



A continuación, se presenta el análisis de diferencias significativas de acuerdo con los datos demográficos:

- Género

La prueba de U de Mann-Whitney evidenció que no existen diferencias estadísticamente significativas según el género, debido a que se obtuvo un valor de $U=6341$ y un $p=0.326$, lo cual es mayor a 0.05. Indicando que tanto el género masculino como femenino aplican la responsabilidad social corporativa hacia los empleados de forma homogénea.

- Nivel educativo

Para evaluar las diferencias entre los distintos niveles educativos en la responsabilidad social corporativa hacia los clientes, se utilizó la prueba de Kruskal-Wallis. Los resultados que se obtuvo indicaron que, sí existen

diferencias estadísticamente significativas, dado que el estadístico H fue 12.62 y el valor de $p=0.027$. Además, se realizó la prueba post-hoc de Dunn, con las correcciones de Bonf y Holm. Indicando que la mayoría de las comparaciones no resultaron significativas (Anexo 10). Entonces independientemente del nivel educativo, las MiPymes mantienen una percepción similar orientadas a sus empleados

- Sector económico

La prueba de Kruskal-Wallis mostró que no existen diferencias estadísticamente significativas entre los sectores económicos, debido a que el estadístico fue $H=2.551$ y el valor de $p=0.466$. Complementando con la prueba post-hoc de Dunn, se comprobó que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 11), indicando que las MiPymes de los diferentes sectores mantienen un comportamiento homogéneo en cuanto a prácticas de responsabilidad social corporativa dirigidas a sus empleados.

- Tipo de empresa

El análisis mediante la prueba de Kruskal-Wallis determinó que no existen diferencias estadísticamente significativas ($H=3.634$; $p=0.163$), entre los diferentes tipos de empresas. Se aplicó la prueba post-hoc de Dunn y corroboró que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 12), indicando que los diferentes tipos de empresas presentan un comportamiento similar en cuanto a prácticas dirigidas hacia sus empleados.

- Años en el mercado

Mediante la prueba de Kruskal-Wallis se obtuvo un estadístico H de 2.198 y un valor de $p=0.532$ según los años en el mercado de las MiPymes, lo que demostró que no existen diferencias estadísticamente significativas. La prueba post-hoc de Dunn evidenció que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 13), indicando que hay un comportamiento similar en cuanto a la responsabilidad social corporativa hacia los empleados, sin importar el tiempo que las MiPymes lleven en el mercado.

- Ubicación de la empresa

El análisis mediante la prueba de Kruskal-Wallis los resultados que se obtuvo indicaron que no existen diferencias estadísticamente significativas ($H=10.04$; $p=0.074$) La

prueba post-hoc de Dunn mostró que ninguna de las 16 comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 14). Esto evidenció que las prácticas dirigidas a los empleados son similares en cuanto a la ubicación de las MiPymes.

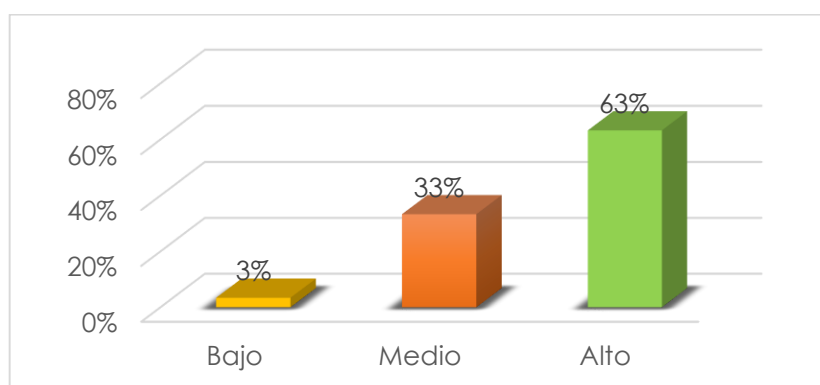
4.1.4. Análisis general de la situación actual de la responsabilidad social corporativa

Los resultados muestran que 148 MiPymes se ubican en un nivel alto de responsabilidad social corporativa, lo que refleja que integran como parte clave de sus estrategias tanto la ética como las preocupaciones sociales, ambientales y laborales en su gestión, maximizando el bienestar de sus stakeholders, lo que asegura su éxito y supervivencia a largo plazo.

En el nivel medio se encuentran 78 MiPymes, las cuales reconocen la importancia de sus grupos de interés y han iniciado la implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa de manera voluntaria y ética. Sin embargo, estas prácticas son inconstantes o no están totalmente integradas en la estrategia central de la organización. 8 MiPymes que se encuentran en nivel bajo. Según la teoría de los stakeholders, este grupo está incumpliendo o desatendiendo las expectativas ambientales, sociales y laborales, limitándose únicamente al mínimo cumplimiento legal o incluso por debajo de este (Figura 4).

Figura 4

Nivel de responsabilidad social corporativa en las MiPymes



A continuación, se presenta el análisis de diferencias significativas de acuerdo con los datos demográficos:

- Género

La prueba de U de Mann-Whitney para comparar la responsabilidad social corporativa según el género, arrojó un valor de $U=5800$ y un $p=0.044$. Esto evidenció que existen diferencias estadísticamente significativas. Al analizar los promedios por

dimensión, el género masculino presentó mayores niveles de responsabilidad social corporativa. Aunque las diferencias observadas fueron moderadas, los hombres empresarios tienden a implementar estas prácticas de manera más integrada. Sin embargo, cabe destacar que todas las dimensiones de los dos grupos sobrepasaron 3.0, lo cual mostró que tanto hombres como mujeres valoran la importancia de la responsabilidad social corporativa (Tabla 16).

Tabla 16

Promedio por ítem: RSC según el género

Género	Responsabilidad social corporativa hacia la sociedad	Responsabilidad social corporativa hacia los clientes	Responsabilidad social corporativa hacia los empleados
Femenino	3.32	4.71	3.42
Masculino	3.58	4.86	3.53

- Nivel de estudio

Los resultados de la prueba de Kruskal-Wallis indicaron que el nivel educativo es un factor determinante en la implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa, dado que el estadístico H fue 16.57 y el valor de $p=0.005$, evidenciando que existen diferencias estadísticamente significativas. La prueba post-hoc de Dunn mostró que hay una diferencia significativa entre posgrado y secundaria, donde los gerentes o propietarios con estudios de posgrado demuestran una mayor aplicación de prácticas de responsabilidad social corporativa (Tabla 17).

Tabla 17

Comparaciones Post-hoc de Dunn: RSC según el nivel educativo

Comparación	p	pBonf	pHolm
Grado - Ninguno	0.128	1.000	1.000
Grado - Posgrado	0.013	0.196	0.157
Grado - Primaria	0.509	1.000	1.000
Grado - Secundaria	0.049	0.728	0.534
Grado - Técnico/tecnológico	0.625	1.000	1.000
Ninguno - Posgrado	0.010	0.156	0.145
Ninguno - Primaria	0.241	1.000	1.000
Ninguno - Secundaria	0.352	1.000	1.000
Ninguno - Técnico/tecnológico	0.107	1.000	1.000
Posgrado - Primaria	0.010	0.155	0.145
Posgrado - Secundaria	< .001	0.005	0.005
Posgrado - Técnico/tecnológico	0.174	1.000	1.000
Primaria - Secundaria	0.495	1.000	1.000
Primaria - Técnico/tecnológico	0.391	1.000	1.000
Secundaria - Técnico/tecnológico	0.136	1.000	1.000

Los promedios confirman que lo empresarios con estudios de posgrado mostraron puntuaciones más elevados en cada una de las dimensiones. Por otro lado, los que no cuentan con educación formal obtuvieron cifras más bajas, especialmente en las dimensiones hacia los empleados y la sociedad (Tabla 18). Lo que demostró que una formación académica más alta contribuye a la implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa dirigidas a diferentes grupos de interés con más equilibrio.

Tabla 18

Promedio por ítem: RSC según el nivel educativo

Nivel educativo	Responsabilidad social corporativa hacia la sociedad	Responsabilidad social corporativa hacia los clientes	Responsabilidad social corporativa hacia los empleados
Grado	3,6	4,7	3,5
Ninguno	2,9	4,6	2,2
Posgrado	4,0	4,8	4,3
Primaria	3,5	4,8	3,3
Secundaria	3,2	4,8	3,3
Técnico/tecnológico	3,5	4,9	3,8

- Sector económico

Para evaluar la responsabilidad social corporativa según el sector económico, se utilizó la prueba de Kruskal-Wallis. Los resultados que se obtuvo indicaron que no existen diferencias estadísticamente significativas, dado que el estadístico H fue 6.428 y un valor de $p=0.093$. La prueba post-hoc de Dunn comprobó que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 15), indicando que las MiPymes de los diferentes sectores económicos presentan un comportamiento similar en cuanto a prácticas de responsabilidad social corporativa.

- Tipo de empresa

La prueba de Kruskal-Wallis indicó que existen diferencias estadísticamente significativas entre los diferentes tipos de empresas ($H=11.11$; $p=0.004$). El análisis post-hoc de Dunn mostró que esta diferencia se presenta entre las empresas medianas y las microempresas (Tabla 19).

Tabla 19

Comparaciones Post-hoc de Dun: RSC según el tipo de empresa

Comparación	p	pBonf	pHolm
Mediana - Microempresa	0.006	0.018	0.018
Mediana - Pequeña	0.139	0.416	0.139
Microempresa - Pequeña	0.045	0.134	0.089

El análisis por promedios demostró que las empresas medianas, sobrepasaron a las microempresas en cada una de las dimensiones de responsabilidad social corporativa. Debido a que las empresas medianas cuentan con mayor disponibilidad de recursos y una gestión más estructurada. Por otro lado, las microempresas, enfrentan limitaciones en recursos y su capacidad operativa, lo que les dificulta adoptar estas prácticas (Tabla 20).

Tabla 20

Promedio por ítem: RSC según el tipo de empresa

Tipo de empresa	Responsabilidad social corporativa hacia la sociedad	Responsabilidad social corporativa hacia los clientes	Responsabilidad social corporativa hacia los empleados
Mediana	4.7	4.9	4.3
Microempresa	3.4	4.8	3.4
Pequeña	4.0	4.6	4.0

- Años en el mercado

Los resultados de la prueba de Kruskal-Wallis indicaron que no existen diferencias estadísticamente significativas, con un estadístico de $H=2.462$ y valor $p=0.482$. La prueba post-hoc de Dunn demostró que todas las comparaciones entre pares no fueron significativas (Anexo 16), demostrando que la antigüedad de las MiPymes no influye en la aplicación de prácticas de responsabilidad social corporativa.

- Ubicación de la empresa

Para el análisis de la responsabilidad social corporativa según la ubicación de la empresa, se utilizó la prueba de Kruskal-Wallis. Los resultados indicaron que no existen diferencias estadísticamente significativas ($H=6.408$; $p=0.269$). Mediante la prueba post-hoc de Dunn mostró que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa, lo que indica que las MiPymes aplican prácticas similares de responsabilidad social corporativa, sin importar la ubicación (Anexo 17).

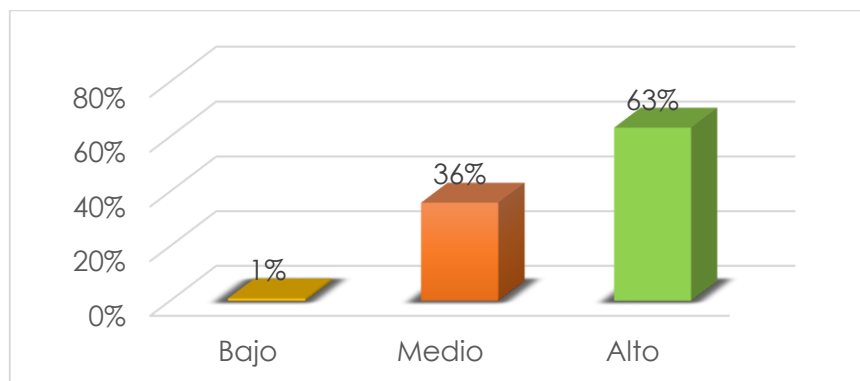
4.1.5. Análisis general de la situación actual del rendimiento competitivo sostenible

En cuanto a Rendimiento Competitivo Sostenible muestra a 148 MiPymes en un nivel alto, lo que indica según la teoría de la visión basada en los recursos, estas han superado a la competencia a lo largo del tiempo que llevan operando, con una adecuada gestión de recursos y procesos. Un total de 74 MiPymes en un nivel medio sugiere que están logrando un desempeño moderadamente superior en comparación con sus rivales, pero no ha asegurado una ventaja competitiva

sostenible que sea difícil de replicar a largo plazo. Por último, están 2 MiPymes en un nivel bajo demostrando desventaja competitiva y ausencia de recursos y capacidades internas para generar un desempeño superior y persistente (Figura 5).

Figura 5

Nivel de rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes



A continuación, se presenta el análisis de diferencias significativas de acuerdo con los datos demográficos:

- Género

Se aplicó la prueba de U de Mann-Whitney para comparar el rendimiento competitivo sostenible según el género, se obtuvo un valor de $U = 5680$ y un $p = 0.024$, lo que evidenció que existe una diferencia estadísticamente significativa. Al revisar el análisis de los promedios, se observó que el género masculino presentó mayores niveles de rendimiento competitivo sostenible. Los empresarios logran mejores resultados en incremento de indicadores financieros y en la construcción de ventajas competitivas sostenibles. Donde las diferencias más pronunciadas fueron en el retorno sobre la inversión (RCS1), la capacidad de respuesta a cambios en la demanda (RCS4), beneficios netos (RCS2), crecimiento sostenido de ganancias (RCS7) y reducción de costos operativos (RCS8). Aunque ambos alcanzaron niveles satisfactorios en confirmación oportuna de pedidos (RCS 5) y satisfacción del cliente (RCS 3), independientemente del género, las MiPymes tienen niveles adecuados en su gestión (Tabla 21).

Tabla 21

Promedio por ítem: hacia los clientes según el género

Género	RCS1	RCS2	RCS3	RCS4	RCS5	RCS6	RCS7	RCS8
Femenino	3.45	3.47	3.77	4.06	4.09	4.20	3.53	3.64
Masculino	3.66	3.60	3.97	4.24	4.28	4.27	3.70	3.70

- Nivel educativo

Los resultados de la prueba de Kruskal-Wallis mostraron que el nivel educativo no es un factor clave en la variable de rendimiento competitivo sostenible, dado que el estadístico H fue 10.01 y un valor de $p= 0.075$, evidenciando que no hay diferencia estadísticamente significativa. Al complementar el análisis con la prueba post-hoc de Dunn con las correcciones de Bonf y Holm. Se obtuvo que hay un comportamiento similar en todos los niveles educativos en relación con el rendimiento competitivo sostenible (Anexo 18).

- Sector económico

Los resultados de la prueba de Kruskal-Wallis mostraron que el sector económico no es un factor clave en el rendimiento competitivo sostenible, dado que el estadístico H fue 4.750 y un valor de $p= 191$, evidenciando que no hay diferencia estadísticamente significativa. Se aplicó la prueba post-hoc de Dunn y corroboró que ninguna de las comparaciones entre pares resultó significativa (Anexo 19), indicando que las MiPymes de los diferentes sectores comerciales presentan un comportamiento similar en cuanto a rendimiento competitivo sostenible.

- Tipo de empresa

El tipo de empresas si presentó diferencias estadísticamente significativas según los resultados obtenidos mediante la prueba de Kruskal-Wallis ($H= 13.65$; $p= 0.001$). Con el fin de identificar entre qué tipo de empresas había diferencias, se aplicó la prueba post-hoc de Dunn (Tabla 22). De las tres comparaciones por pares, se identificó una diferencia significativa entre las microempresas y pequeñas empresas.

Tabla 22

Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según el tipo de empresa

Comparación	p	p_{Bonf}	p_{Holm}
Mediana - Microempresa	0.041	0.124	0.083
Mediana - Pequeña	0.774	1.000	0.774
Microempresa - Pequeña	0.002	0.005	0.005

Las microempresas, a causa de limitaciones en sus recursos, no logran un desempeño competitivo óptimo, a diferencia de las pequeñas empresas, por su parte, lograron una combinación adecuada entre ser flexibles, estar cerca del cliente y tener eficacia operativa. Las empresas medianas, por su lado, fueron capaces de enfrentar algunos retos que impactaron áreas concretas de su desempeño (Tabla 23).

Tabla 23*Promedio por ítem: hacia los clientes según el tipo de empresa*

Tipo de empresa	RCS1	RCS2	RCS3	RCS4	RCS5	RCS6	RCS7	RCS8
Mediana	4.0	4.2	4.2	4.6	4.2	4.8	4.4	4.2
Microempresa	3.5	3.5	3.8	4.1	4.2	4.2	3.5	3.6
Pequeña	4.3	4.1	4.2	4.5	4.2	4.4	4.2	3.9

- Años en el mercado

Para evaluar el rendimiento competitivo sostenible según los años en el mercado, se utilizó la prueba de Kruskal-Wallis. Los resultados que se obtuvo indicaron que existen diferencias estadísticamente significativas, dado que el estadístico H fue 9.469 y el valor de $p= 0.024$. Posteriormente, se aplicó la prueba post-hoc de Dunn. De las 6 comparaciones entre pares, se identificó una diferencia significativa entre las empresas con menos de 5 años y aquellas con más de 15 años (Tabla 24).

Tabla 24*Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según los años en el mercado*

Comparación	p	pBonf	pHolm
Entre 11 y 15 - Entre 5 y 10	0.401	1.000	1.000
Entre 11 y 15 - Menos de 5	0.228	1.000	0.913
Entre 11 y 15 - Más de 15	0.621	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Menos de 5	0.593	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Más de 15	0.034	0.204	0.170
Menos de 5 - Más de 15	0.003	0.021	0.021

Las empresas nuevas funcionan con modelos contemporáneos, tecnologías de reciente aparición y estructuras flexibles que les brindan beneficios competitivos. Por otro lado, las más antiguas suelen lidiar con procesos innecesarios y una capacidad de adaptación reducida. Las empresas de entre 5 y 15 años tienen un rendimiento comparable a las más nuevas, lo que indica que la vulnerabilidad competitiva se presenta en organizaciones con más de 15 años que no han modernizado sus habilidades estratégicas (Tabla 25).

Tabla 25*Promedio por ítem: hacia los clientes según los años en el mercado*

Años en el mercado	RCS1	RCS2	RCS3	RCS4	RCS5	RCS6	RCS7	RCS8
Entre 11 y 15	3.5	3.6	3.8	4.1	4.3	3.8	3.4	3.4
Entre 5 y 10	3.7	3.7	3.9	4.2	4.2	4.4	3.8	3.8
Más de 15	3.3	3.2	3.8	4.1	4.2	4.2	3.3	3.5
Menos de 5	3.7	3.7	4.0	4.2	4.2	4.3	3.8	3.8

- Ubicación de la empresa

Para evaluar las diferencias entre las diferentes ubicaciones de las empresas en relación con el rendimiento competitivo sostenible, se utilizó la prueba de Kruskal-Wallis. Los resultados indicaron que no existe una diferencia estadísticamente significativa, dado que el estadístico H fue 4.071 y el valor de $p= 0.539$. Se aplicó la prueba post-hoc de Dunn y de las 15 comparaciones entre pares ninguna resultó significativa, lo que indicó que el rendimiento competitivo sostenible no cambia según la localización geográfica a nivel cantonal (Anexo 20).

4.1.6. Relación entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes de la provincia del Carchi

Para evaluar la relación entre las variables se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman. La relación entre cada una de las dimensiones de responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible resultó positiva entre responsabilidad hacia la sociedad y rendimiento competitivo sostenible fue de intensidad débil ($\rho= 0.288$; $p < .001$) esto quiere decir que, las practicas comunitarias y ambientales se asocian con el rendimiento sostenible. La dimensión dirigida a los clientes también presentó una correlación positiva débil ($\rho= 0.190$; $p=0.004$) indicando que la atención responsable hacia ellos se relaciona con el rendimiento. En el caso de la responsabilidad hacia los empleados refleja una relación un poco más fuerte, pero aun considerándose débil ($\rho= 0.334$; $p < 0.001$) a comparación de las otras dimensiones, indicando que las prácticas que contribuyen al bienestar laboral y su capacitación son las que más se vinculan con el rendimiento competitivo sostenible en las MiPymes del Carchi (Tabla 26).

Tabla 26

Correlación entre dimensiones de RSC y rendimiento competitivo sostenible

Variable independiente	Variable dependiente	Rho de Spearman	p
Responsabilidad social corporativa hacia la sociedad	Rendimiento competitivo sostenible	0.288	< .001
Responsabilidad social corporativa hacia los clientes	Rendimiento competitivo sostenible	0.190	0.004
Responsabilidad social corporativa hacia los empleados	Rendimiento competitivo sostenible	0.334	< .001

El análisis de correlación realizado entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible a nivel de variables en general permite determinar el grado de asociación existente entre las mismas. Los resultados arrojaron una rho= 0,365 y un p < 0.001 lo que denota una relación positiva débil sugiriendo que ambas variables están vinculadas o relacionadas, pero de forma reducida (Tabla 27).

Tabla 27

Correlación entre las variables

Variable independiente	Variable dependiente	Rho de Spearman	p
Responsabilidad social corporativa	Rendimiento competitivo sostenible	0.365	< 0.001

En concordancia con los resultados obtenidos se aceptó la hipótesis alternativa donde afirma la existencia de la relación entre las variables responsabilidad social corporativa y rendimiento competitivo sostenible y se rechaza la hipótesis nula.

4.2. DISCUSIÓN

La presente investigación fue respaldada por estudios como el de Herrera Madueño et al. (2016) que demostró una relación e influencia directa e indirecta de la responsabilidad social corporativa sobre el desempeño competitivo sostenible a través del estudio enfocado en los stakeholders. Los resultados mostraron una relación positiva débil entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible. Esta relación sugiere que la responsabilidad social corporativa se asocia con el rendimiento competitivo sostenible, sin constituir un factor determinante. Los hallazgos se alinean con la Teoría de los Stakeholders, resaltan la importancia de la gestión de los grupos de interés como elemento estratégico.

De igual forma los resultados obtenidos coinciden con la investigación de Waheed y Zhang (2022), demostrando que la implementación de prácticas responsables en mercados emergentes tiene un impacto significativo en el rendimiento competitivo sostenible de los mismos, resaltando que la relación o impacto es mayor en la dimensión hacia empleados que es la misma que presentan mayor atención o nivel en las MiPymes del Carchi. Este tipo de relación sugiere una intensidad mayor entre la dimensión hacia los empleados con el rendimiento a diferencia de las otras dimensiones sin embargo esta continúa siendo débil y tampoco se evidencia causalidad.

El estudio de Ahmad et al. (2023), realizado en Pymes de Pakistán, encontraron que la responsabilidad social corporativa se relaciona positivamente con el rendimiento

competitivo sostenible similar al resultado obtenido al correlacionar las mismas variables en las MiPymes del Carchi. Esta similitud sugiere que la responsabilidad social corporativa es un recurso estratégico para lograr rendimiento y competitividad, pero no es un factor determinante en contextos similares. Sin embargo, debido al alcance de la investigación no se permitió establecer causalidad.

Los resultados de la presente investigación permitieron sostener que, aunque las correlaciones son débiles, existe relación positiva entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible al igual que los hallazgos de la literatura revisada donde en contextos de países en desarrollo las MiPymes tienen recursos limitados y aun así logran ventaja competitiva gracias a las prácticas de responsabilidad social corporativa. La importancia de la satisfacción de los grupos de interés se denotó en las MiPymes investigadas con niveles altos de responsabilidad hacia clientes, empleados y sociedad, incluso al segmentar la información por características del gerente o propietario, sector económico, tamaño y tipo de empresa, tiempo de operación y cantón manteniéndose en niveles entre moderado y alto. En cuanto al rendimiento los niveles medio y alto sugieren un enfoque en el mejoramiento de indicadores financieros y obtención de beneficios por parte de los gerentes o propietarios de las MiPymes de la provincia del Carchi.

La investigación realizada confirmó la vigencia del uso de la Teoría de los Stakeholders para evaluar la responsabilidad social corporativa y demostrando que la satisfacción de las expectativas de los grupos de interés contribuye al mejoramiento del rendimiento competitivo sostenible. La investigación se alineó con la Teoría de la visión basada en los recursos demostrando que los recursos intangibles conforman ventajas competitivas difíciles de imitar. En este contexto, la responsabilidad social corporativa se consolida como un recurso estratégico dentro de las MiPymes del Carchi que, aunque no determina o mejora por sí sola el rendimiento, contribuye.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Se identificó que el nivel de responsabilidad social corporativa en las MiPymes de la provincia del Carchi está predominantemente alto con un desarrollo e implementación favorable de prácticas responsables y satisfactorias para con sus grupos de interés. Sin embargo, aquellas que se encuentran en un nivel medio y bajo evidenciaron una implementación parcial o limitada.

La mayor parte de las empresas se situó en un nivel medio en cuanto a la responsabilidad hacia la sociedad, lo cual indica que existe un compromiso parcial con prácticas comunitarias y ambientales. Se observaron diferencias notables en función del género, el sector económico y el tipo de empresa, resaltando que las medianas empresas y las que son parte del sector primario tienen una mayor implementación de medidas medioambientales. Por otro lado, no se evidenció un impacto significativo de factores como la educación, la antigüedad en el mercado o la localización geográfica.

En lo que respecta a la responsabilidad con el cliente, la situación es muy favorable debido a que la mayor parte de las MiPymes se encuentra en niveles altos, que se distinguen por ser transparentes, respetar los derechos del consumidor y satisfacer al cliente. A pesar de que hay variaciones importantes en función del género y la ubicación geográfica, el compromiso hacia este grupo de interés es alto en todas las empresas, lo que demuestra que los clientes son la prioridad más importante para las MiPymes.

En cuanto a la responsabilidad hacia los empleados, se observó que una parte importante de las MiPymes muestra un fuerte compromiso con el bienestar de sus trabajadores; no obstante, una cantidad considerable todavía se encuentra en niveles medios y bajos, lo cual podría estar vinculado a la existencia predominante de estructuras pequeñas que no cuentan con personal formal. Aunque las diferencias por género no fueron relevantes, el nivel educativo tuvo una influencia parcial; aunque, no hubo variaciones constantes entre los diferentes grupos. En general, la responsabilidad social corporativa hacia los trabajadores muestra avances, pero aún

existen importantes diferencias en términos de formalización laboral y desarrollo profesional.

El rendimiento competitivo sostenible de las MiPymes en su mayoría presenta un nivel alto demostrando su desempeño favorable y mejora constante en sus operaciones. Las MiPymes con nivel medio y bajo representan a aquellas que se han logrado mantenerse en el mercado sin grandes cambios o con un rendimiento limitado. Las empresas se esfuerzan por mantener prácticas que beneficien su sostenibilidad en términos económicos y operativos. Sin embargo, existen diferencias en el desempeño sostenible que están relacionadas con el tamaño de la empresa y los años en el mercado, donde las medianas empresas con mayor experiencia en el mercado tienen indicadores más positivos; en cambio, las microempresas enfrentan más restricciones debido a su capacidad operativa y a los recursos disponibles.

El análisis correlacional permitió confirmar una relación positiva entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible de las MiPymes del Carchi y aceptar la hipótesis alternativa. La intensidad de la relación identificada fue débil lo que significa que a medida que la implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa mejore o se fortalezcan ayudara a incrementar el rendimiento competitivo de la mismas, pero en bajo volumen y no es el único factor que determina la mejora del rendimiento.

Esta investigación evidenció la aplicabilidad de la teoría de los Stakeholders y la teoría de la visión basada en los recursos en el contexto de las MiPymes del Carchi, demostrando que la gestión responsable de los grupos de interés fortalece su rendimiento. También aportó evidencia que contribuye a la literatura sobre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible que es un tema poco abordado en investigaciones a nivel local.

5.2. RECOMENDACIONES

Dado que la mayor parte de las MiPymes del Carchi presenta alto nivel y medio de responsabilidad social corporativa, se recomienda formalizar e integrar esas prácticas en las planificaciones internas, principalmente en aquellas que muestran limitaciones o implementación parcial. En ese sentido, se deberían desarrollar prácticas enfocadas en la satisfacción y gestión responsable de los grupos de interés que son los empleados, clientes y comunidad.

Además de la difusión de los beneficios de la responsabilidad como un recurso intangible que aportará sostenibilidad y reputación en el tiempo.

A partir del nivel de rendimiento competitivo sostenible, en niveles alto y medio, lo que se recomienda es que, las MiPymes refuercen sus capacidades organizativas: como la diferenciación, estabilidad económica, calidad del servicio e innovación. Esto implica promover la mejora continua y actualización constante de procesos productivos y aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles para mantener el desempeño competitivo a mediano y largo plazo.

Al haber identificado la relación positiva débil, entre la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible, se recomienda para futuras investigaciones realizar análisis que integren otros factores además de la responsabilidad para identificar los factores que se integran para determinar el rendimiento competitivo sostenible.

De igual forma al verificar que la responsabilidad hacia los empleados es la dimensión con mayor relación, se recomienda a las MiPymes poner énfasis en la gestión de las relaciones con el talento humano, promoviendo condiciones laborales adecuadas, programas de bienestar y formación continua de forma que estas permitan a las MiPymes amplificar el impacto de la responsabilidad y convertirla en un factor clave y determinante de competitividad a largo plazo.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Lovato, S. & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <https://www.redalyc.org/journal/695/69559233009/html/>
- Ahmad, M., Wu, Q. & Ahmed, S. (2024). Does CSR digitalization improve the sustainable competitive performance of SMEs? Evidence from an emerging economy. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 15(1), 119-147. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-03-2023-0169>
- Ahmad, M., Wu, Q. & Khattak, M.S. (2023). Intellectual capital, corporate social responsibility and sustainable competitive performance of small and medium-sized enterprises: mediating effects of organizational innovation. *Kybernetes*, 52(10), 4014-4040. <https://dx.doi.org/10.1108/K-02-2022-0234>
- Alcivar-Soria, E.E. (2024). Responsabilidad Social Corporativa como Estrategia para Mejorar el Rendimiento Empresarial. *Revista Científica Zambos*, 3(2), 31-47. <https://doi.org/10.69484/rcz/v3/n2/16>
- Al-Omush, A., Momany, M. T., Hannon, A. & Anwar, M. (2023). Digitalization and Sustainable Competitive Performance in Small-Medium Enterprises: A Moderation Mediation Model. *Sustainability*, 15(21), 1-22. <https://doi.org/10.3390/su152115668>
- Ayala del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, (54), 173-198. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Bai, X. & Chang, J. (2015). Corporate social responsibility and firm performance: The mediating role of marketing competence and the moderating role of market environment. *Asia Pacific Journal of Management*, 32, 505-530. <https://doi.org/10.1007/s10490-015-9409-0>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3.ª ed.). Pearson Educación de Colombia.
- Camilleri, M. A., & Carroll, A. B. (2024). Corporate Social Responsibility. *International Encyclopedia of Business Management*, 1, 1-5. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00473-4>
- Da Costa Pimenta, C. C. & Goicochea Calderón, J. A. (2022). Un repaso a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en América Latina y el Caribe. *Revista Economía y Política*, 36, 1-20. <https://www.redalyc.org/journal/5711/571171872002/>
- Degong, M., Ullah, F., Khattak, S. M. & Anwar, M. (2018). Do International Capabilities and Resources Configure Firm's Sustainable Competitive Performance?

Research within Pakistani SMEs. *Sustainability*, 10(11), 1-16.
<https://doi.org/10.3390/su10114298>

Fernández, J.L., & Bajo, A. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *ADResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 6(6), 130-143.
<https://doi.org/10.7263/adresic-006-02>

Frías-Navarro, D. (2025). *Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida*. Universidad de Valencia. España. Disponible en: <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Herrera Madueño, J., Larrán Jorge, M., Martínez Conesa, I. & Martínez-Matinez, D. (2016). Relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 19, 55-72.
<https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.06.002>

Khan, R.U., Mahmood, A., Ahmed, M. Mustafa, M. J., Alshamsi, M. K., Iqbal, Q. & Salamzadeh, Y. (2022). Impact of network structure on sustainable competitive performance among Pakistani small and medium enterprises: does government financial support matter? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 11, 579–591. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00295-w>

Khan, S. Z, Yang, Q. & Waheed, A. (2018). Investment in intangible resources and capabilities spurs sustainable competitive advantage and firm performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 285-295. <https://doi.org/10.1002/csr.1678>

Mailani, D., Hulu, M. Z. T., Simamora, M. R. & Kesuma, S. A. (2024). Resource-Based View Theory to Achieve a Sustainable Competitive Advantage of the Firm: Systematic Literature Review. *International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.31098/ijeass.v4i1.2002>

Mikalef, P. & Pateli, A. (2017). Information technology-enabled dynamic capabilities and their indirect effect on competitive performance: Findings from PLS-SEM and fsQCA. *Journal of Business Research* 70, 1-16.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.09.004>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (23 de octubre de 2024). *Mapa geográfico – RUM*. https://competitividadecu.shinyapps.io/RUM_Nov_2024/_w_dce80cd6157042888a984f819f61f541/#tab-2422-1

Montañez Benito, J. R. & Palma Usuriaga, A. Y. (2023). Propuesta para la Elaboración de Baremos de un Instrumento en Trabajos de Investigación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6), 7418-7436.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9284

- Morin García, D. Y. (2019). Las mipymes frente al reto de la responsabilidad social empresarial; panorama en San Luis Potosí: SMEs face the challenge of Corporate Social Responsibility; panorama in San Luis Potosí. *Revista RELAYN*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.46990/relayn.2019.3.1.17>
- Pelekais, E. A. & Ortega Carvajalino, D. V.(2020). Rendimiento empresarial sostenible para las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista Internacional de Cooperación y Desarrollo*, 7(2), 104-118. <https://doi.org/10.21500/23825014.4955>
- Ramírez Ríos, A. & Polack Peña, A. M. (2020). Estadística inferencial. Elección de una prueba estadística no paramétrica en investigación científica. *Horizonte de la Ciencia*, 10(19), 191-208. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.19.597>
- Ramírez, R.I., Alemán, L.S., Herrera, B.A. & Antequera, R.R. (2022). Dimensiones de la responsabilidad social corporativa: análisis en las cámaras de comercio. *Información Tecnológica*, 33(4), 93-100. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000400093>
- Razali, N. M. & Wah, Y. B. (2011). Power comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. *Journal of Statistical Modeling and Analytics*, 2(1), 21-33. <https://www.nrc.gov/docs/ml1714/ml17143a100.pdf>
- Rojas-Vargas, N. P., & Madero-Gómez, S. M. (2018). La responsabilidad social corporativa: Contexto histórico y relación con las teorías administrativas. *Conciencia Tecnológica*, 55, 29–38. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94455712001>
- Roy-García, I., Rivas-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, M. & Palacios-Cruz, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista Alergia México*, 66(3), 354-360. <https://doi.org/10.29262/ram.v66i3.651>
- Singh, K. & Misra, M. (2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100139>
- Ullah, F., Degong, M., Anwar, M., Hussain, S., & Ullah, R. (2021). Supportive tactics for innovative and sustainability performance in emerging SMEs. *Financial Innovation*, 7 (80),1-31. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00284-8>
- Viveros, L., Fernández, Y. & Realpe, E. (2025). Competitividad Sostenible y Capital Intelectual en MiPYMES de la Zona Norte de Ecuador. *AXIOMA*, 1(32), 31-39. <https://doi.org/10.26621/ra.v1i32.1001>
- Waheed, A. & Zhang, Q. (2022). Effect of CSR and Ethical Practices on Sustainable Competitive Performance: A Case of Emerging Markets from Stakeholder Theory Perspective. *J Bus Ethics* 175, 837–855. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04679-y>

- Xu, X. & Yang, J. (2023). Does managerial short-termism always matter in a firm's corporate social responsibility performance? Evidence from China. *Heliyon*,9(3), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14240>
- Ying, Q., Hassan, H. & Ahmad, H. (2019). The Role of a Manager's Intangible Capabilities in Resource Acquisition and Sustainable Competitive Performance. *Sustainability*,11(2), 527. <https://doi.org/10.3390/su11020527>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Soraya Janeth Fernández Muenala y Deisy Nayeli García Morillo

Fecha de recepción del abstract: Jueves, 11 de diciembre de 2025

Fecha de entrega del informe: Martes, 16 de diciembre de 2025

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
**MARTHA ARACELLY
VIVEROS ALMEIDA**

Validar únicamente con FirmaBC

MA. Martha Viveros
Responsable del
CIDEN

Anexo 2. Cuestionario

ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS O GERENTES DE LAS MIPYMES DEL CARCHI

Esta encuesta busca analizar la situación actual de la responsabilidad social corporativa y el rendimiento competitivo sostenible de las MiPymes en la provincia del Carchi.

Agradecemos su participación. Por favor, marque la opción que mejor refleje su opinión. No hay respuestas correctas o incorrectas; su sinceridad es muy importante. Este cuestionario es anónimo y confidencial. No se le solicitarán datos personales ni se compartirá la información proporcionada.

Al completar esta encuesta, usted participa voluntariamente y autoriza el uso de sus respuestas con fines académicos.

Datos demográficos:

Edad (colocar en números y años cumplidos):

Género: Masculino Femenino

Nivel educativo: Primaria Secundaria Técnico/tecnológico Grado Posgrado

Ninguno **Sector económico:**

Sector primario (Agricultura, ganadería, pesca y minas)

Industrial (Manufactura, energía y construcción)

Comercial y Logístico (Comercio, transporte y almacenamiento)

Servicios (Alojamiento, comidas, comunicación, finanzas, inmobiliarias, profesionales y administrativas)

Tipo de empresa: Microempresa Pequeña Mediana

Años en el mercado: Menos de 5 Entre 5 y 10 Entre 11 y 15 Más de 15 años

Ubicación de la empresa: Bolívar Espejo Mira Montúfar San Pedro de Huaca Tulcán

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Marque con una "X" su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones utilizando una escala de Likert de 5 puntos, donde: 1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = En desacuerdo; 3 = Neutral; 4 = De acuerdo; 5 = Totalmente de acuerdo

Afirmaciones	Nivel de acuerdo				
	1	2	3	4	5
SRSC1: Nuestra empresa implementa programas especiales para minimizar su impacto negativo en el medio ambiente.					
SRSC2: Nuestra empresa participa en actividades que buscan proteger y mejorar la calidad del medio ambiente.					
SRSC3: Nuestra empresa busca un crecimiento sostenible que considera a las generaciones futuras.					
SRSC4: Nuestra empresa enfatiza la importancia de sus responsabilidades sociales para con la sociedad.					
CRSC1: Nuestra empresa proporciona información completa y precisa a nuestros clientes.					
CRSC2: Nuestra empresa respeta los derechos del consumidor más allá de los requisitos legales.					
CRSC3: La satisfacción del cliente es muy importante para nuestra empresa.					
ERSC1: Nuestra empresa apoya a los empleados que desean acceder a educación adicional.					
ERSC2: Nuestras políticas empresariales alientan a los empleados a desarrollar sus habilidades y carrera profesional.					

ERSC3: Nuestra empresa implementa políticas flexibles para brindar equilibrio entre la vida laboral y personal a sus empleados.					
ERSC4: La gerencia de nuestra empresa se preocupa principalmente por las necesidades y aspiraciones de los empleados.					

RENDIMIENTO COMPETITIVO SOSTENIBLE

Ahora, comparando los últimos 3 años, califique la situación actual de los siguientes indicadores para su negocio (empresa), según la escala de Likert, donde: 1 = Extremadamente peor, 2 = Peor, 3 = Ni mejor ni peor, 4 = Mejor, 5 = Extremadamente mejor

Afirmaciones	Grado de cambio				
	1	2	3	4	5
RCS1: Nuestra empresa ha logrado aumentar significativamente el retorno sobre la inversión.					
RCS2: Nuestra empresa ha incrementado sus beneficios netos en relación con las ventas.					
RCS3: Hemos reducido de forma considerable el tiempo que tomamos en entregar nuestros productos o servicios al cliente.					
RCS4: Somos capaces de adaptarnos y responder con rapidez a los cambios en la demanda de nuestros clientes.					
RCS5: Confirmamos los pedidos de nuestros clientes de manera oportuna y sin demoras.					
RCS6: La satisfacción de nuestros clientes ha mejorado notablemente en los últimos años.					
RCS7: Las ganancias de nuestra empresa han mostrado una tendencia sostenida de crecimiento.					
RCS8: Hemos logrado reducir nuestros costos operativos sin afectar la calidad de nuestros productos o servicios.					

¡Gracias!

Anexo 3. Aplicación de encuestas



Anexo 4. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según el nivel educativo

Comparación	p	PBonf	PHolm
Grado – Ninguno	0.339	1.000	1.000
Grado – Posgrado	0.088	1.000	1.000
Grado – Primaria	0.925	1.000	1.000
Grado – Secundaria	0.045	0.668	0.623
Grado - Técnico/tecnológico	0.670	1.000	1.000
Ninguno – Posgrado	0.093	1.000	1.000
Ninguno – Primaria	0.384	1.000	1.000
Ninguno – Secundaria	0.722	1.000	1.000
Ninguno - Técnico/tecnológico	0.527	1.000	1.000
Posgrado – Primaria	0.134	1.000	1.000
Posgrado – Secundaria	0.004	0.064	0.064
Posgrado - Técnico/tecnológico	0.120	1.000	1.000
Primaria – Secundaria	0.206	1.000	1.000

Anexo 5. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según los años en el mercado

Comparación	p	pBonf	pHolm
Entre 11 y 15 - Entre 5 y 10	0.153	0.920	0.920
Entre 11 y 15 - Menos de 5	0.487	1.000	1.000
Entre 11 y 15 - Más de 15	0.462	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Menos de 5	0.206	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Más de 15	0.258	1.000	1.000
Menos de 5 - Más de 15	0.928	1.000	1.000

Anexo 6. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia la sociedad según la ubicación

Comparación	p	pBonf	pHolm
Bolívar - Espejo	0.510	1.000	1.000
Bolívar - Mira	0.875	1.000	1.000
Bolívar - Montúfar	0.966	1.000	1.000
Bolívar - San Pedro de Huaca	0.430	1.000	1.000
Bolívar - Tulcán	0.448	1.000	1.000
Espejo - Mira	0.500	1.000	1.000
Espejo - Montúfar	0.395	1.000	1.000
Espejo - San Pedro de Huaca	0.749	1.000	1.000
Espejo - Tulcán	0.960	1.000	1.000
Mira - Montúfar	0.873	1.000	1.000
Mira - San Pedro de Huaca	0.434	1.000	1.000
Mira - Tulcán	0.386	1.000	1.000
Montúfar - San Pedro de Huaca	0.370	1.000	1.000
Montúfar - Tulcán	0.275	1.000	1.000
San Pedro de Huaca - Tulcán	0.752	1.000	1.000

Anexo 7. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los clientes según el nivel educativo

Comparación	p	pBonf	pHolm
Grado - Ninguno	0.315	1.000	1.000
Grado - Posgrado	0.560	1.000	1.000
Grado - Primaria	0.501	1.000	1.000
Grado - Secundaria	0.802	1.000	1.000
Grado - Técnico/tecnológico	0.522	1.000	1.000
Ninguno - Posgrado	0.230	1.000	1.000
Ninguno - Primaria	0.217	1.000	1.000
Ninguno - Secundaria	0.354	1.000	1.000
Ninguno - Técnico/tecnológico	0.219	1.000	1.000
Posgrado - Primaria	0.998	1.000	1.000
Posgrado - Secundaria	0.470	1.000	1.000
Posgrado - Técnico/tecnológico	0.914	1.000	1.000
Primaria - Secundaria	0.405	1.000	1.000
Primaria - Técnico/tecnológico	0.906	1.000	1.000
Secundaria - Técnico/tecnológico	0.446	1.000	1.000

Anexo 8. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los clientes según sector económico

Comparación	p	pBonf	pHolm
Comercial y Logístico - Industrial	0.015	0.090	0.090
Comercial y Logístico - Sector primario	0.668	1.000	1.000
Comercial y Logístico - Servicios	0.367	1.000	1.000
Industrial - Sector primario	0.453	1.000	1.000
Industrial) - Servicios	0.111	0.665	0.554
Sector primario - Servicios	0.930	1.000	1.000

Anexo 9. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los clientes según el tipo de empresa

Comparación	p	pBonf	pHolm
Mediana - Microempresa	0.670	1.000	1.000
Mediana - Pequeña	0.397	1.000	1.000
Microempresa - Pequeña	0.338	1.000	1.000

Anexo 10. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los clientes según los años en el mercado

Comparación	p	pBonf	pHolm
Entre 11 y 15 - Entre 5 y 10	0.608	1.000	1.000
Entre 11 y 15 - Menos de 5	0.736	1.000	1.000
Entre 11 y 15 - Más de 15	0.281	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Menos de 5	0.754	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Más de 15	0.385	1.000	1.000
Menos de 5 - Más de 15	0.194	1.000	1.000

Anexo 11. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según el nivel educativo

Comparación	p	pBonf	pHolm
Grado – Ninguno	0.051	0.762	0.559
Grado – Posgrado	0.055	0.824	0.559
Grado – Primaria	0.417	1.000	1.000
Grado – Secundaria	0.191	1.000	1.000
Grado - Técnico/tecnológico	0.387	1.000	1.000
Ninguno – Posgrado	0.007	0.104	0.104
Ninguno – Primaria	0.128	1.000	1.000
Ninguno – Secundaria	0.119	1.000	1.000
Ninguno - Técnico/tecnológico	0.028	0.425	0.360
Posgrado - Primaria	0.028	0.416	0.360
Posgrado - Secundaria	0.008	0.116	0.108
Posgrado - Técnico/tecnológico	0.512	1.000	1.000
Primaria - Secundaria	0.933	1.000	1.000
Primaria - Técnico/tecnológico	0.199	1.000	1.000
Secundaria - Técnico/tecnológico	0.127	1.000	1.000

Anexo 12. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según sector económico

Comparación	p	pBonf	pHolm
Comercial y Logístico - Industrial	0.435	1.000	1.000
Comercial y Logístico - Sector primario	0.921	1.000	1.000
Comercial y Logístico - Servicios	0.128	0.768	0.768
Industrial - Sector primario	0.783	1.000	1.000
Industrial - Servicios	0.762	1.000	1.000
Sector primario - Servicios	0.647	1.000	1.000

Anexo 13. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según tipo de empresa

Comparación	p	p_{Bonf}	p_{Holm}
Mediana - Microempresa	0.156	0.467	0.467
Mediana - Pequeña	0.532	1.000	0.532
Microempresa - Pequeña	0.183	0.550	0.467

Anexo 14 . Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según años en el mercado

Comparación	p	pBonf	pHolm
Entre 11 y 15 - Entre 5 y 10	0.717	1.000	1.000
Entre 11 y 15 - Menos de 5	0.266	1.000	1.000
Entre 11 y 15 - Más de 15	0.381	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Menos de 5	0.237	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Más de 15	0.428	1.000	1.000
Menos de 5 - Más de 15	0.704	1.000	1.000

Anexo 15. Comparaciones Post-hoc de Dunn: hacia los empleados según la ubicación

Comparación	p	pBonf	pHolm
Bolívar - Espejo	0.552	1.000	1.000
Bolívar - Mira	0.345	1.000	1.000
Bolívar - Montúfar	0.653	1.000	1.000
Bolívar - San Pedro de Huaca	0.358	1.000	1.000
Bolívar - Tulcán	0.518	1.000	1.000
Espejo - Mira	0.642	1.000	1.000
Espejo - Montúfar	0.153	1.000	1.000
Espejo - San Pedro de Huaca	0.596	1.000	1.000
Espejo - Tulcán	0.057	0.858	0.770
Mira - Montúfar	0.055	0.825	0.770
Mira - San Pedro de Huaca	0.829	1.000	1.000
Mira - Tulcán	0.013	0.196	0.196
Montúfar - San Pedro de Huaca	0.134	1.000	1.000
Montúfar - Tulcán	0.806	1.000	1.000
San Pedro de Huaca - Tulcán	0.081	1.000	0.976

Anexo 16. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RSC según el sector económico

Comparación	p	pBonf	pHolm
Comercial y Logístico - Industrial	0.224	1.000	0.713
Comercial y Logístico - Sector primario	0.048	0.289	0.289
Comercial y Logístico - Servicios	0.117	0.699	0.583
Industrial - Sector primario	0.213	1.000	0.713
Industrial - Servicios	0.954	1.000	0.954
Sector primario - Servicios	0.178	1.000	0.713

Anexo 17. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RSC según los años en el mercado

Comparación	p	pBonf	pHolm
Entre 11 y 15 - Entre 5 y 10	0.484	1.000	1.000
Entre 11 y 15 - Menos de 5	0.816	1.000	1.000
Entre 11 y 15 - Más de 15	0.800	1.000	1.000
Entre 5 y 10 - Menos de 5	0.123	0.736	0.736
Entre 5 y 10 - Más de 15	0.469	1.000	1.000
Menos de 5 - Más de 15	0.401	1.000	1.000

Anexo 18. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RSC según la ubicación

Comparación	p	p_{Bonf}	p_{Holm}
Bolívar - Espejo	0.330	1.000	1.000
Bolívar - Mira	0.253	1.000	1.000
Bolívar - Montúfar	0.900	1.000	1.000
Bolívar - San Pedro de Huaca	0.287	1.000	1.000
Bolívar - Tulcán	0.917	1.000	1.000
Espejo - Mira	0.825	1.000	1.000
Espejo - Montúfar	0.130	1.000	1.000
Espejo - San Pedro de Huaca	0.724	1.000	1.000
Espejo - Tulcán	0.157	1.000	1.000
Mira - Montúfar	0.079	1.000	1.000
Mira - San Pedro de Huaca	0.839	1.000	1.000
Mira - Tulcán	0.090	1.000	1.000
Montúfar - San Pedro de Huaca	0.168	1.000	1.000
Montúfar - Tulcán	0.712	1.000	1.000
San Pedro de Huaca - Tulcán	0.211	1.000	1.000

Anexo 19. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según el nivel educativo

Comparación	p	pBonf	pHolm
Grado - Ninguno	0.050	0.749	0.600
Grado - Posgrado	0.202	1.000	1.000
Grado - Primaria	0.106	1.000	0.951
Grado - Secundaria	0.568	1.000	1.000
Grado - Técnico/tecnológico	0.451	1.000	1.000
Ninguno - Posgrado	0.016	0.241	0.241
Ninguno - Primaria	0.232	1.000	1.000
Ninguno - Secundaria	0.074	1.000	0.817
Ninguno - Técnico/tecnológico	0.032	0.483	0.419
Posgrado - Primaria	0.025	0.371	0.346
Posgrado - Secundaria	0.110	1.000	0.951
Posgrado - Técnico/tecnológico	0.772	1.000	1.000
Primaria - Secundaria	0.227	1.000	1.000
Primaria - Técnico/tecnológico	0.086	1.000	0.862
Secundaria - Técnico/tecnológico	0.299	1.000	1.000

Anexo 20. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según el sector económico

Comparación	p	pBonf	pHolm
Comercial y Logístico - Industrial	0.561	1.000	1.000
Comercial y Logístico - Sector primario	0.924	1.000	1.000
Comercial y Logístico - Servicios	0.053	0.319	0.319
Industrial - Sector primario	0.718	1.000	1.000
Industrial - Servicios	0.072	0.431	0.359
Sector primario - Servicios	0.541	1.000	1.000

Anexo 21. Comparaciones Post-hoc de Dunn: RCS según la ubicación de la empresa

Comparación	p	PBonf	PHolm
Bolívar - Espejo	0.657	1.000	1.000
Bolívar - Mira	0.675	1.000	1.000
Bolívar - Montúfar	0.657	1.000	1.000
Bolívar - San Pedro de Huaca	0.271	1.000	1.000
Bolívar - Tulcán	0.544	1.000	1.000
Espejo - Mira	0.246	1.000	1.000
Espejo - Montúfar	0.224	1.000	1.000
Espejo - San Pedro de Huaca	0.090	1.000	1.000
Espejo - Tulcán	0.109	1.000	1.000
Mira - Montúfar	0.979	1.000	1.000
Mira - San Pedro de Huaca	0.364	1.000	1.000
Mira - Tulcán	0.828	1.000	1.000
Montúfar - San Pedro de Huaca	0.368	1.000	1.000
Montúfar - Tulcán	0.846	1.000	1.000
San Pedro de Huaca - Tulcán	0.397	1.000	1.000