



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ECONOMÍA

**INCIDENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
Y EL CAPITAL INTELECTUAL EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS
PYMES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERIODO 2021**

Trabajo de Titulación para optar al título de Economista

Autoras:

Norelyn Tatiana Mejía Basantes

Angela Lizbeth Noriega Merino

Tutora:

Eco. Karina Alexandra Álvarez Basantes MBA

Riobamba, Ecuador, 2022

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Nosotras, Norelyn Tatiana Mejía Basantes y Angela Lizbeth Noriega Merino con cédulas de ciudadanía 0604510818 y 0604530329, autoras del trabajo de investigación titulado: “Incidencia de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

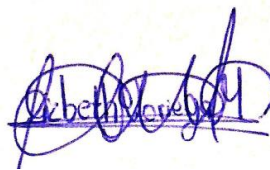
En Riobamba, el día Jueves 16 de Junio del 2022.



Norelyn Tatiana Mejía Basantes

AUTORA

C.C 0604510818



Angela Lizbeth Noriega Merino

AUTORA

C.C 06045320329

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Eco. Karina Alexandra Álvarez Basantes MBA catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación **“INCIDENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL CAPITAL INTELECTUAL EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERIODO 2021”**, bajo la autoría de Norelyn Tatiana Mejía Basantes y Angela Lizbeth Noriega Merino; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 25 días del mes de Mayo de 2022.




A handwritten signature in blue ink, reading "Karina Álvarez Basantes". The signature is stylized with large loops and a prominent initial "K".

Eco. Karina Álvarez MBA.
TUTOR (A)

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Incidencia de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021”, presentado por Mejía Basantes Norelyn Tatiana, con cédula de identidad número 0604510818, y Noriega Merino Angela Lizbeth, con cédula de identidad número 0604530329, y bajo la tutoría de Eco. Karina Álvarez MBA.; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de sus autoras; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba, el día Jueves 16 de Junio del 2022.

	Nota	Firma
Mgs. María Gabriela González Presidenta del Tribunal de Grado	10	
Mgs. David Espinosa Miembro del Tribunal de Grado	10	
Mgs. María Eugenia Borja Miembro del Tribunal de Grado	10	

NOTA: 10 (SOBRE10)

CERTIFICACIÓN

Que, **Mejía Basantes Norelyn Tatiana** con CC: **0604510818** y **Noriega Merino Angela Lizbeth** con CC: **0604530329**, estudiantes de la Carrera de **ECONOMÍA (VIGENTE)**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; han trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“INCIDENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL CAPITAL INTELECTUAL EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERIODO 2021”**, cumple con el **3%** de acuerdo al reporte del sistema anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 30 de Mayo de 2022.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Karina Álvarez', with a large, stylized flourish above the name.

Eco. Karina Álvarez MBA.
TUTORA

DEDICATORIA

Dedico este presente trabajo de investigación, a mis padres Fernando Mejía y Cecilia Basantes por ser mi ejemplo y guía de superación, por enseñarme que ningún sueño es imposible y por estar a mi lado en todo momento. A mi querido abuelito Raúl Basantes y a mis abuelitas María Reneé Colcha y María Peñafiel por ser parte esencial en mi vida y por los consejos, valores y principios que me han inculcado. A mis hermanos Andy y Anthonella Mejía por su cariño y apoyo incondicional. A mis tíos, especialmente a Stalin Basantes que con sus consejos me motivó a seguir adelante y nunca dejarme vencer por ningún obstáculo que se presente en mi camino para llegar a ser una de las mejores profesionales.

Con cariño, Nore

El presente trabajo final de investigación se lo dedico a Dios por darme la fuerza, voluntad y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vida profesional, a mis padres Sra. Sonia Patricia Merino Villalba y Sr. Fabián Bladimiro Noriega; por ser ejemplo de constancia, lucha y sacrificio siempre predispuestos a todo por verme plenamente realizada y ayudarme en este camino para convertirme en un ser humano respetable y en una excelente profesional. A mis abuelitos Angela Teresa Noriega Guerra y César Gonzalo Merino Aguirre, por su apoyo necesario e incondicional a lo largo de mi vida.

Con mucho amor, Liz

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgen Santísima por ser mi guía espiritual y brindarme sabiduría para culminar con éxito mi carrera profesional. A mis padres por creer en mí y ser siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas. A mi familia; abuelitos, hermanos, tíos y primos por apoyarme en cada decisión y demás metas que me he trazado en la vida. A Lizbeth Noriega no sólo por ser mi compañera de tesis, sino también mi mejor amiga con la cual pasamos por tantas cosas para lograr este éxito. A todos los docentes que fueron parte de mi formación académica y en especial a mi tutora Eco. Karina Álvarez por la orientación y ayuda que me brindó para la realización de esta tesis.

Nore

Quiero agradecer a todas las personas que me acompañaron y fueron un impulso para este arduo camino y la culminación de este sueño. En primer lugar, a Dios y a la virgen María Auxiliadora por guiarme para cumplir una de mis metas, a mis padres por el amor, la confianza y el apoyo, a mi familia; sobrino Joaquín, hermanos Bladimir y Kamila, abuelitos, tíos y primos por las palabras de aliento en los momentos difíciles de mi vida y de mi carrera. A mi mejor amiga y compañera de tesis Norelyn Mejía por ser siempre la persona incondicional, ayudarme a continuar en todo momento y haber estado cuando más le necesité. A mis docentes y tutora Eco. Karina Álvarez, por las herramientas y el conocimiento impartido a lo largo de mi carrera, me llevo los mejores recuerdos de unas excelentes personas y profesionales.

Liz

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	
DECLARATORIA DE AUTORÍA.....	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICACIÓN.....	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO.....	
ÍNDICE GENERAL.....	
ÍNDICE DE TABLAS.....	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE GRÁFICAS	
RESUMEN.....	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	14
1. MARCO REFERENCIAL.....	14
1.1. INTRODUCCIÓN	14
1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.2.1. Formulación del problema	18
1.3. OBJETIVOS	19
1.3.1. Objetivo General	19
1.3.2. Objetivos Específicos.....	19
CAPÍTULO II.....	20
2. ESTADO DEL ARTE Y MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. ANTECEDENTES	20
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22

2.2.1. Pequeñas y medianas empresas (PYMES).....	22
2.2.2. Competitividad.....	24
2.2.3. Responsabilidad social empresarial (RSE)	25
2.2.4. Capital intelectual (CI).....	28
CAPÍTULO III	34
3. METODOLOGÍA.....	34
3.1. Método.....	34
3.2. Tipo de investigación.....	34
3.3. Población y muestra.....	34
3.3.1. Cálculo de la muestra	35
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	35
3.5. Descripción de las variables de la investigación	36
3.5.1. Variable dependiente: competitividad.....	36
3.5.2. Variables independientes.....	36
3.6. Validación del instrumento	38
3.7. Estimación del modelo econométrico.....	40
3.7.1. Método de pasos sucesivos	41
CAPÍTULO IV	42
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	42
4.1. Competitividad.....	43
4.2. Responsabilidad social empresarial	44
4.3. Capital intelectual	47
4.4. Formulación del modelo econométrico	48
4.5. Interpretación de parámetros obtenidos	52
4.6. Discusión de resultados	53
CAPÍTULO V	56
5.1. CONCLUSIONES	56

5.2. RECOMENDACIONES.....	57
REFERENCIAS	58
ANEXOS.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación del tipo de empresa.....	24
Tabla 2. Teorías y enfoques de la responsabilidad social empresarial.....	27
Tabla 3. Estratificación de la muestra.....	35
Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad.....	38
Tabla 5. Niveles y rangos de la competitividad.....	39
Tabla 6. Niveles y rangos de la responsabilidad social empresarial.....	39
Tabla 7. Niveles y Rangos del capital intelectual.....	40
Tabla 8. Bloque introductorio de las PYMES encuestadas.....	42
Tabla 9. Factores de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.....	43
Tabla 10. Dimensiones de la RSE de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.....	45
Tabla 11. Componentes del CI de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.....	47
Tabla 12. Correlación entre las variables.....	49
Tabla 13 . Resumen del modelo.....	49
Tabla 14. Resultados de la regresión lineal múltiple.....	50
Tabla 15. Resumen de los modelos de las submuestras.....	51
Tabla 16. Regresiones lineales múltiple por tipo de empresa.....	51
Tabla 17. Prueba de Kolmogorov Smirnov.....	77
Tabla 18. Prueba de Rachas.....	78
Tabla 19. Prueba de Homocedasticidad.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Características de las PYMES	24
Figura 2. Dimensiones de RSE.....	26
Figura 3. Componentes del CI.....	29
Figura 4. Teorías.....	33

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Factores de la competitividad de las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.	43
Gráfica 2. Factores de la competitividad de las medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.	44
Gráfica 3. Dimensiones de la RSE de las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.....	45
Gráfica 4. Dimensiones de la RSE de las medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.....	46
Gráfica 5. Componentes del CI de las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.....	47
Gráfica 6. Componentes del CI de las medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.....	48
Gráfica 7. Prueba de normalidad.....	77
Gráfica 8. Gráfico de dispersión de los residuos.....	79

RESUMEN

El objetivo principal es determinar la incidencia de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021, utilizando un cuestionario aplicado a 198 PYMES, por lo tanto, se calculó el coeficiente de alfa de Cronbach para su fiabilidad, demostrando un alto nivel de confiabilidad total. Para la relación de las variables se estableció el análisis de regresión lineal múltiple bajo el método de pasos sucesivos, donde los resultados muestran que, las variables responsabilidad social empresarial y capital intelectual, son parámetros importantes y juntas representan la competitividad en el 41%, con una media de 3,891, representando un nivel de cumplimiento de “casi siempre”.

Palabras clave: competitividad, PYMES, responsabilidad social empresarial, capital intelectual.

ABSTRACT

The main objective is to determine the incidence of corporate social responsibility and intellectual capital on the competitiveness of SMEs in the city of Riobamba, period 2021, using a questionnaire applied to 198 SMEs. Therefore, Cronbach's alpha coefficient was calculated for its reliability, demonstrating a high level of total reliability. For the variables, the multiple linear regression analysis was established under the method of successive steps, where the results show that the variables corporate social responsibility and intellectual capital, are essential parameters and together represent competitiveness in 41%, with a mean of 3.891, representing a level of compliance of "almost always".

Key words: competitiveness, SMEs, corporate social responsibility, intellectual capital.



Firmado electrónicamente por:
**SOFIA FERNANDA
FREIRE CARRILLO**

Reviewed by:

Lic. Sofia Freire Carrillo

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604257881

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos, con base en los informes corporativos y de los medios de comunicación, las empresas integran sus conceptos y políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) y capital intelectual a nivel estratégico como una ventaja competitiva, acontecimiento que ha provocado diferentes cambios en los modelos empresariales tradicionales, a causa de un acelerado desarrollo de la globalización, provocando que diferentes empresas aumenten la producción de bienes y servicios, que, en ocasiones, su producción vulnera derechos en relación con el ser humano y la naturaleza.

Según León et al. (2012), la responsabilidad social empresarial tiene como objetivo, satisfacer las necesidades de los principales grupos de interés a través de sus acciones y comportamientos tanto a nivel interno como externo, por ello, no sólo debe tener un impacto positivo en los resultados financieros, sino que también, un impacto en la sociedad. Permitiendo que la empresa u organización mejore su imagen a partir de sus actuaciones y actividades, para considerar aspectos como: derechos medioambientales, derechos laborales y derechos humanos, con el fin de tener una posición competitiva, variable importante a largo plazo (Pérez et al., 2016).

A escala global, Vives y Peinado (2011) en su informe publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo, manifiesta "...las buenas prácticas de RSE rinden beneficios a la empresa, a su vez contribuyen a su competitividad de manera positiva". La literatura también expone que la responsabilidad social empresarial es otro recurso utilizado por las empresas para lograr ventajas sostenibles a largo plazo, y/o, bien considerarla como una contribución a la reputación corporativa (Chtourou y Mohamed, 2017).

Por el contrario, en las últimas décadas, los modelos, las actividades y las relaciones económicas y sociales han experimentado cambios importantes, etiquetados como una sociedad post-industrial o una sociedad económica y/o del conocimiento (Limache, 2017). En este nuevo campo, el capital intelectual, como cuarto factor de producción, está reemplazando a la tierra, el trabajo y el capital. Como lo mencionan Pérez y Pelayo (2016)

el capital intelectual es la combinación de conocimientos, con un fuerte dominio en ideas, más que en emociones, manifestándose; en diferentes estrategias, proyectos de calidad, descubrimientos, innovaciones, nuevos procesos con reconocimiento en el mercado y en la sociedad.

Está claro que, el capital intelectual responde a la demanda de buscar nuevas vías de acción mediante la aplicación de sus diversos componentes; entre ellos: capital humano, capital relacional y capital estructural, con el objetivo de mejorar la ventaja competitiva, de tal forma, el rol del empleado es de suma importancia en la empresa por sus habilidades, conocimientos y destrezas permitiéndole llegar al nivel de producción deseado (Benavides, 2012). Así mismo el capital intelectual genera un significativo crecimiento económico, mediante la utilización de recursos intangibles (Farah y Abouzeid, 2017).

Al contrario, la competitividad surge de la posibilidad de crear tecnologías y habilidades básicas con la finalidad de elaborar productos completamente innovadores y a una velocidad más rápida que la competencia. De tal modo, una empresa será competitiva siempre y cuando tenga el objetivo de cuidar el control de los costos, optimizar el uso de sus recursos y evaluar el desempeño de sus actividades operativas internas, además es competitiva si crea productos y servicios de calidad, genera beneficios a largo plazo y su capacidad para compensar a sus colaboradores y proporcionar rendimientos superiores a sus propietarios (López et al., 2011).

En ese contexto, el caso de estudio se enfocó en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) las cuales son uno de los pilares del crecimiento y desarrollo de un país, y juegan un papel importante en la economía ecuatoriana, conformadas de acuerdo al capital social, número de trabajadores, valor bruto de ventas anuales, y su monto de activos, por lo general se han formado en diferentes tipos de actividades económicas, como: comercio al por mayor y al por menor; agricultura, silvicultura y pesca; industrias manufactureras; transporte, almacenamiento y comunicaciones; entre otras (Yance et al., 2017).

Por ende, el presente trabajo de investigación pretende analizar el supuesto según Aguilera et al. (2014), que la RSE y el capital intelectual tienen efectos significativos en la competitividad de las PYMES. Considerando que el problema principal son los cambios

económicos, sociales, culturales y medio ambientales, por medio de una innovación constante. Por todo lo mencionado, surge la necesidad de estudiar la incidencia de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021, con el fin de conocer su relación entre variables.

1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en América Latina y el Caribe representan más del 99,5% del sector empresarial y generan el 60% del empleo productivo formal, siendo un motor clave del crecimiento regional y la inclusión social (OECD/CAF, 2019). También, las PYMES de América Latina se enfrentan a un cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), marcados en la agenda 2030, principalmente el fomento de la innovación en la industria y la energía asequible, asimismo de la creación de ciudades y comunidades sostenibles, o la producción y consumo responsable (Ormaza et al., 2020).

En relación con la información expuesta por el Estudio de Gestión Competitiva en el Ecuador representan el 90% del sector empresarial, y aproximadamente un millón de trabajadores laboran en este tipo de empresas y generan un aporte al Producto Interno Bruto entre el 20% y 25% (Rodríguez y Aviles, 2020).

De la misma manera, a escala local el crecimiento y desarrollo productivo de las PYMES se ve obstaculizado, por la falta de implementación de políticas que mejoren sus ventajas competitivas y sostenibilidad en el largo plazo, de tal modo, según Baño et al. (2017), en su análisis de la gestión empresarial multivariado, relacionado a la evolución de las PYMES de la ciudad de Riobamba, se evidencia una problemática en el sector productivo por la falta de información, asistencia técnica, créditos y modernización, provocando un limitante de competitividad a nivel nacional, ya que como lo mencionan Valenzuela et al. (2015), “se debe buscar nuevos paradigmas administrativos que conduzcan a la superación de las crisis actuales”.

Por ende, para evitar ciertas limitaciones, es importante aplicar un nuevo modelo de gestión organizacional propiciando el debate en torno al papel de la empresa en la solución

de necesidades y demandas sociales obligando a las entidades públicas a formular normativas y decretos para promover la protección y restauración del medio ambiente, con el objetivo de reducir y controlar los daños causados por el ser humano (Duque et al., 2013). Siendo así, como lo plantea Javed et al. (2020), la RSE es una filosofía o actitud asumida por una organización para buscar el equilibrio entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y la preservación del medio ambiente.

Sin embargo, en los últimos años han aparecido en el mundo empresarial un número considerable de normas, técnicas, manuales e informes para implementar y difundir los planes de responsabilidad social empresarial, entre los cuales se encuentran: la ISO 26000, AA 1000, indicadores Ethos de RSE, SA 8000, el Pacto Mundial y el Global Reporting Initiative (GRI); entre otros, en donde, el principal motivo es la falta de control y supervisión de las empresas a diversas escalas, y las graves consecuencias que esto trae a la sociedad (Barnett, 2019).

Para Strandberg (2010), en la actualidad con mayor frecuencia los grupos de interés exigen a las empresas que faciliten información no financiera sobre el cumplimiento de sus responsabilidades sociales corporativas, es por ello que según el estudio “El Estado de la Competitividad Responsable” realizado por la ONG Britanica Accountability, ubica al Ecuador en la posición 79, en un ranking de 108 países (Álvarez et al., 2020).

A finales del siglo XX la economía global empezó a cambiar con la llegada de la era del conocimiento, en la cual el modelo de trabajador altamente calificado, ha ido reemplazando al obrero industrial, en donde, el crecimiento económico y las ventajas competitivas de las organizaciones ya no provienen de la materia prima, sino, al contrario, tienen como origen las ideas, habilidades, destrezas, creatividad, conocimientos y aptitudes. Como lo indican Pardo et al. (2018), “el capital intelectual es el conocimiento aplicado al trabajo para crear valor a la empresa”.

En ese sentido, hoy en día, los activos intangibles son la principal preocupación de los administradores, porque constituyen la primordial fuente de creación de valor organizacional y se convierte en la clave del éxito competitivo de la empresa, por lo cual su

identificación, determinación y evaluación es un campo de investigación cada vez más relevante desde la perspectiva de la administración empresarial.

No obstante, estudios demuestran que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) con un bajo compromiso social y desarrollo industrial tienen serias limitaciones, impidiendo la fidelidad de los empleados, sostenibilidad en el tiempo, aceptación de las marcas y mayor liderazgo, debido a una restricción en la innovación constante, recursos financieros, deficiente comercialización, poca especialización de los recursos humanos y la falta de implementación adecuada de estrategias (Vázquez et al., 2014).

De este modo, el éxito o el fracaso de una organización según Aguilera et al. (2014), depende de la calidad de las interacciones de sus miembros, de modo que, una fuerza laboral proactiva y bien capacitada, es una de las claves del éxito de una organización, cuando este planteamiento se pone en práctica, surge la necesidad, no solo de hacer algo social, sino también de hacer algo eficaz y diferente.

Entonces, es aquí donde se plantea la pregunta, ¿Cuál es la incidencia de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021? Asimismo, es importante determinar si los elementos contenidos en la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual son factores claves que posibilitan una mayor competitividad entre las PYMES.

1.2.1. Formulación del problema

¿Cuál es la incidencia de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

- Determinar la incidencia de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Explicar las dimensiones y componentes teóricos de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual frente a la competitividad de las PYMES.
- Analizar la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba mediante las dimensiones de la responsabilidad social empresarial y los componentes del capital intelectual.
- Estimar la relación entre la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021, mediante un modelo econométrico.

CAPÍTULO II

2. ESTADO DEL ARTE Y MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

Para la presente investigación se encontraron evidencias empíricas con un gran soporte teórico, con la finalidad de fundamentar el tema en mención.

Entre los principales aportes se tiene; el impacto de la responsabilidad social y el capital intelectual en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Aguascalientes, mediante encuestas aplicadas a los gerentes de las empresas utilizando la escala Likert, se concluyó que la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual aportan significativamente en la competitividad de las PYMES manufactureras en el estado de Aguascalientes, por lo que las empresas deben prestar especial atención a estas dos variables, ya que tienen un impacto positivo a largo plazo y permite el cumplimiento de las metas u objetivos de la empresa y, así lograr el éxito competitivo en el mercado global (Aguilera et al., 2014).

En la misma línea, Gallardo et al. (2019), en su estudio *“Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital: Sources of competitiveness and legitimacy in organizations’ management practices”*, manifiestan la posibilidad de relacionar la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual, para conocer si ambas pueden considerarse como una fuente de competitividad, de tal forma el estudio se basó en incluir diversas organizaciones españolas con una muestra de 77 empresas, se aplicó un cuestionario dirigido a los directivos y posteriormente un modelo estructural, y de tal forma se llegó a la conclusión de que las organizaciones pueden dirigir sus esfuerzos para diferenciarse más claramente de la competencia y adquirir ventajas competitivas humanas y relacionales, aplicando iniciativas de RSE y mayor inversión en el capital intelectual para así tener un éxito empresarial a largo plazo.

Así mismo, en otro estudio realizado en baja california para calcular la competitividad empresarial en las pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero, se utilizó un elemento de medición no experimental, cuantitativa, descriptiva y de corte transversal, en la cual se consideró como variable dependiente a la competitividad e

independiente a las ocho dimensiones del mapa de competitividad sistémica del BID a nivel de empresa; entre ellas, planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información, obteniendo como resultado que las PYMES manufactureras son medianamente competitivas, con tendencia hacia la baja e indistintamente de su tamaño (Ibarra et al., 2017).

Mayorga et al. (2016), en su trabajo titulado “La responsabilidad social y los impactos que influyen en la competitividad de las PYMES manufactureras de Guadalajara”, se analizó los diferentes factores de la responsabilidad social empresarial que impactan en la competitividad de las empresas, aplicando una encuesta diseñada para los gerentes de las PYMES mediante la escala Likert, determinando que al implementar e involucrar la sustentabilidad, los beneficios de una adecuada responsabilidad social empresarial se verán reflejados en la futura competitividad y posicionamiento en el mercado de la zona metropolitana de las PYMES manufactureras de Guadalajara.

De igual manera, en un análisis para aproximaciones teóricas a la relación entre responsabilidad social empresarial y competitividad, realizado por Serna y Arias (2014) se evidencia que en estudios realizados el 62% de los mismos, demuestran una relación positiva entre las variables, en cambio, el 28% ningún efecto y el 10% consecuencias negativas. Por ende, otros autores citados en la presente investigación concuerdan en que existen resultados positivos en relación al informe de competitividad de la Unión Europea realizado en el 2008, resaltando que la RSE es un factor importante de aplicar para la competitividad en tiempos de crisis, considerando seis aspectos indispensables en la productividad de una empresa, entre ellos: clientes, innovación, gestión del riesgo, estructura de costes, reputación y resultados financieros.

Además, al considerar la responsabilidad social y su relación con el éxito competitivo desde la validación de las herramientas de medición, se realizó un análisis descriptivo con una escala de tipo Likert incluyendo una pregunta de respuesta abierta, por lo cual mediante el cálculo del alfa de Cronbach y los coeficientes de correlación se puede valorar la validez y fiabilidad de los datos obtenidos, identificando que las prácticas de responsabilidad social tomada como variable dependiente representa una ventaja competitiva, abordando

problemas sociales, económicos y medioambientales con la finalidad de generar cambios en la administración de las organizaciones (Alzate, 2019).

Por otro lado, los aportes del estudio del capital intelectual en la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas en Tacna-Perú, a través de un estudio de tipo relacional, transeccional y no experimental con una muestra de 128 mipymes, permite validar la correlación significativa entre la relación que existe en las variables competitividad y capital intelectual con sus respectivas dimensiones, siendo, capital humano, capital estructural y capital relacional, de la misma manera, se evidencia que existe una interdependencia entre las variables mencionadas, por lo cual se puede concluir que no se pueden analizar por separado (Limache, 2017).

Finalmente, el trabajo de investigación con respecto a la innovación y el capital intelectual, como factores de competitividad en la pequeña y mediana empresa manufacturera, se evidenció un análisis de tipo correlacional, exploratorio y descriptivo, en el cual se presenta que existe una relación significativa entre las variables, con una muestra de 150 PYMES manufactureras del estado de Aguascalientes, aplicando una encuesta personalizada para los gerentes o administrativos de la organización medida por la escala de Likert del 1 al 5 desde “poca importancia” hasta “alta importancia” (Rangel et al., 2013).

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Pequeñas y medianas empresas (PYMES)

Las pequeñas y medianas empresas son un factor importante en el crecimiento y desarrollo socioeconómico de todos los países, por lo que necesitan mejorar su desempeño y requieren de la implementación de estrategias que conduzcan a sus operaciones, para de tal forma reducir los costos operativos, aumentar la eficiencia de procesos, niveles de inventarios y calidad del producto, por supuesto, con un incremento en la productividad (Delgado y Chávez, 2018). Además, generan riqueza y empleo para promover la economía y la gobernabilidad, porque requieren menores costos de inversión, y son los sectores que utilizan principalmente insumos y materias primas (Suárez, 2020).

Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020) fundamentada en información del ejercicio económico del 2020 a nivel nacional representan el 24,1% a la

pequeña empresa y el 7,9% a la mediana empresa. Las mismas se encuentran formadas en diferentes ramas de actividades económicas, Pavón (2016) en su publicación por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), indica que, el 39,4% de las empresas están en servicios, 37,1% en comercio, 11,6% en agricultura, en ganadería, silvicultura y pesca, 7,9% en manufacturas, 3,5% en construcción y 0,5% en explotación de minas y canteras. Sin embargo, un alto porcentaje se encuentran ubicadas en las provincias de Pichincha y Guayas.

2.2.1.1. Teoría del ciclo de vida

La teoría del ciclo de vida, tiene la perspectiva de evolucionar por fases, produciendo una curva volátil, con periodos interrumpidos por las crisis y de igual manera con periodos de crecimiento, siendo una respuesta teórica al crecimiento empresarial. En ese sentido, tiene en cuenta, la consecuencia inevitable de sobrevivir cada vez en entornos más competitivos, por lo que, las empresas se ven obligadas a implementar un mayor número de recursos para crecer y mejorar (Martínez y Arreola, 2017). Por ende, la teoría en mención, se fundamenta en explicar que el ciclo de vida de una empresa se produce cuando está a punto de surgir, y tiene una gestión empresarial más avanzada.

Es así que, Larry Greiner (1972), citado por Martínez y Arreola (2017), mencionan que toda empresa pasa por un ciclo de vida compuesto de 4 etapas: introducción, desarrollo, madurez y bajada. El período de introducción es la emprendedora, cuya tarea principal es llevar el producto al mercado, y a la vez implica un alto compromiso, en la etapa de desarrollo, trata de crear todas las oportunidades de venta posibles y abrirse más en el mercado, en la de madurez, se procura fortalecer la empresa mediante la aprobación de lineamientos comerciales, y en la fase de inclinación, se manifiesta por falta de conocimiento sobre cómo adaptarse a los ajustes y tendencias del mercado, falta de competitividad, etc.

2.2.1.2. Clasificación de las PYMES

En el Ecuador para diferenciar a la pequeña y mediana empresa, se basa en el número de trabajadores, valor bruto de ventas anuales y monto de activos (Yance et al., 2017). Como se puede observar en la presente tabla:

Tabla 1
Clasificación del tipo de empresa.

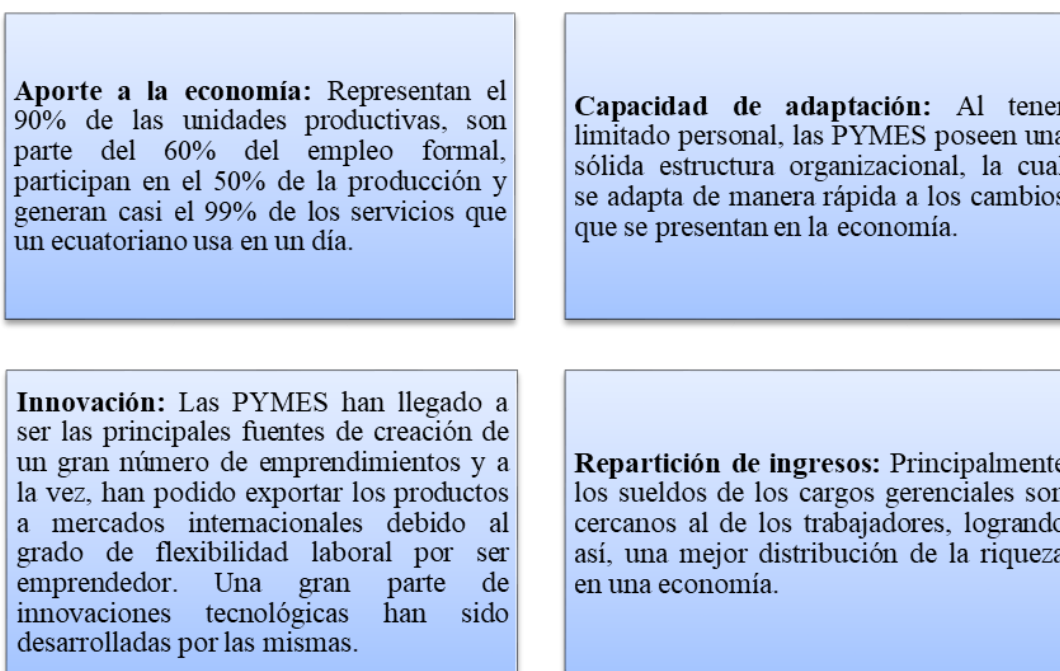
Tipo de Empresa	Número de Trabajadores	Valor bruto de ventas anuales	Monto de activos
Pequeña empresa	Entre 10 a 49 trabajadores	\$100.001,00 - \$1'000.000,00	De US\$100.001 hasta US\$ 750.000
Mediana empresa	Entre 50 a 199 trabajadores	\$1'000.001,00 - \$5'000.000,00	De US\$ 750.000 hasta US\$ 750.000

Fuente: Superintendencia de compañías, valores y seguros (2020).

2.2.1.3. Características de las PYMES

Según Carranco (2017) menciona las características principales de las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador:

Figura 1
Características de las PYMES.



Fuente: Carranco (2017).

2.2.2. Competitividad

De la Garza, et al. (2015), determinan que la competitividad es la capacidad de desempeñarse correctamente, mediante la generación y mantenimiento de ventajas competitivas, con la finalidad de gestionar decisiones y nuevos procesos, esto sugiere que la medición de la competitividad de una empresa debería incorporar medidas cuantitativas

como: costos, precios y rentabilidad, e indicadores cualitativos de factores, específicamente la calidad.

De igual forma, para Ibarra, et al. (2017) la competitividad en una organización se describe como la actividad que puede reflejar resultados diferenciados, tales como el funcionamiento en el mercado y la capacidad de innovar. Para ello, los objetivos que se esperan en empresas altamente competitivas deben estar enfocados en tener un rendimiento superior, así como mantener la capacidad en el éxito de la operación.

2.2.2.1. Teorías de la competitividad

La competitividad ha sido considerada un factor clave a lo largo de la historia, explicada por diferentes corrientes del pensamiento económico, con autores relevantes como: Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill, fundamentada en diversas teorías, entre ellas: teoría de la ventaja absoluta, teoría sobre comercio internacional, teoría de ventaja comparativa, teoría de los valores internacionales y teorías de competitividad desigual; entre otras (Benítez, 2012).

No obstante, uno de los autores con aportaciones importantes en sus obras, es justamente, Michael Porter, quien en su libro “La ventaja competitiva de las naciones, publicado en 1991”, propuso las bases de la teoría de la competitividad, explicando que la prosperidad de un país depende de su competitividad, y ésta se basa en, su productividad, sistemas legales sólidos y políticas macroeconómicas estables, las cuales son condiciones necesarias para asegurar la prosperidad económica, pero no son suficientes, ya que requiere de otros elementos interpretados de forma amplia, como: un mejor desarrollo en la infraestructura, capacidad gerencial y tecnología, además de factores tradicionales, entre ellos: tierra, trabajo, capital y recursos naturales (Lombana y Rozas, 2009).

2.2.3. Responsabilidad social empresarial (RSE)

La RSE es definida como el compromiso que asume una empresa con la sociedad para lograr un desarrollo sostenible, es decir, el equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social (Galán, 2006). Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) citada por Aguilera y Puerto (2012) conceptualizan a la RSE como una serie de

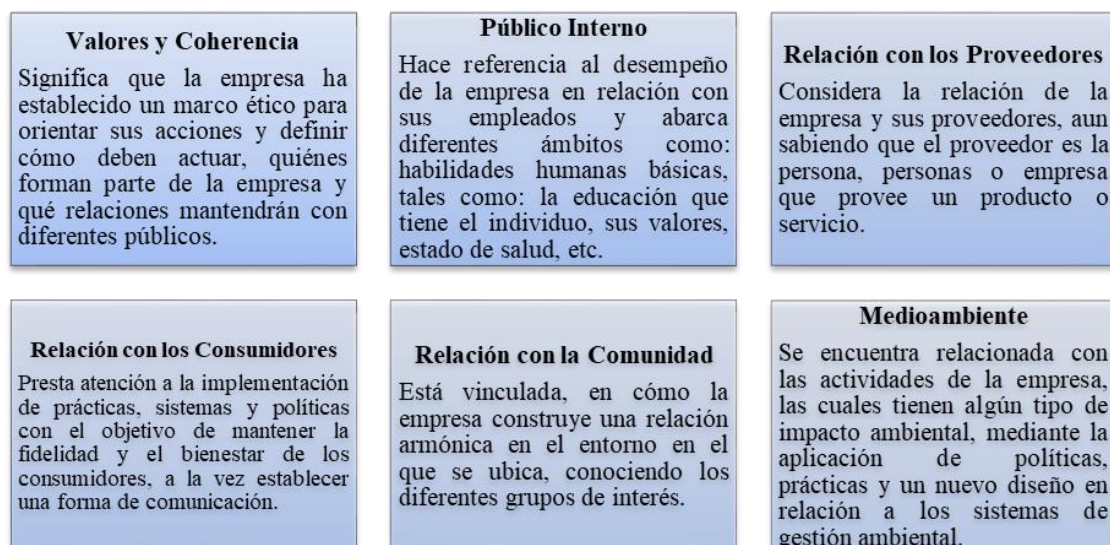
acciones consideradas por las empresas para que sus actividades tengan un impacto positivo en la sociedad, y reafirmen los principios y valores a los que se rigen, ya sea en sus propios métodos, procesos internos y en su relación con los demás actores.

El libro verde de la Comisión Europea (CE), indica que la RSE, se refiere a las empresas que voluntariamente incorporan cuestiones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y relaciones con las partes interesadas. Conjuntamente, la ISO 26000 de la RSE, establece que, es el compromiso de una organización por la influencia de sus decisiones y actividades (esto incluye productos y servicios, área de influencia y responsabilidades en la cadena de producción) en relación con la sociedad y el medio ambiente (De Castro, 2005). Todo esto se logra a través de conductas éticas que deben cumplir con: el desarrollo sostenible, la salud, el bienestar de la sociedad, expectativas de los actores interesados, cumplir con la ley y con los estándares internacionales de conducta; para que sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones (Serrano, 2012).

2.2.3.1. Dimensiones de la RSE

Según la Confederación de la Producción y del Comercio (2011) se presenta un manual de implementación de RSE de acuerdo con las siguientes dimensiones:

Figura 2
Dimensiones de RSE.



Fuente: Confederación de la Producción y del Comercio (2011).

2.2.3.2. Teorías y enfoques de la responsabilidad social empresarial

Para mejor comprensión se presenta a continuación la clasificación de las teorías con sus respectivos enfoques, según Tinoco et al. (2012), Garriga y Melé (2004):

Tabla 2
Teorías y enfoques de la responsabilidad social empresarial.

Teoría	Fundamento	Enfoques
Teorías instrumentales	Se basa en el estudio de diferentes actividades sociales para lograr el objetivo de la creación de riqueza, es decir, la empresa buscará desarrollar acciones responsables ante la sociedad, siempre que las actividades generen mayores ganancias y rentabilidad.	<p>Enfoque de maximización del valor para el accionista Según Friedman (1970) señala que las contribuciones filantrópicas se deben desarrollar por los miembros de manera independiente.</p> <p>Enfoque de mercadeo de causa social Murray y Montanary (1986) mencionan que la aplicación de la RSE permite obtener un incremento en los ingresos y ventas de la empresa, creando productos de alta calidad y con valoración de marca.</p> <p>Enfoque de estrategia de las empresas para lograr ventajas competitivas Se presenta tres perspectivas: inversiones sociales en un contexto competitivo, perspectiva de la firma y las capacidades dinámicas basadas en los recursos naturales y estrategias para la base de la pirámide económica o segmentos de bajos ingresos de la sociedad.</p>
Teorías de carácter político	En estas teorías predomina el poder social, determinando la relación entre la comunidad y las empresas, por el poder e influencia de cada una de ellas, encontrándose en el marco de cumplimiento de sus obligaciones y derechos para participar de manera activa en la sociedad.	<p>Enfoque del constitucionalismo corporativo Una empresa debe ejercer el poder de forma responsable, ya que es una institución social y está sujeta a cumplir su responsabilidad, sabiendo que, si no ejecuta su poder social, lo pierde (Davis,1967).</p> <p>Enfoque del contrato social Estipulado por John Locke, el cual expone la presencia de un contrato social, ante dos enfoques; el primero se basa en un contrato macro-social teórico y el segundo es un contrato micro-social real, bajo la conducta de consumidores locales.</p> <p>Enfoque de la ciudadanía corporativa Abarca tres enfoques distintos; la primera se encuentra comprendida entre la filantropía corporativa, inversión social y responsabilidades en relación a la comunidad, la segunda hace mención a la RSE y la tercera visión se enfoca en tratar el tema de ciudadanía corporativa (Preston y Post, 1975; Vogel, 1986)</p>
Teorías integradoras	Según Sánchez (2016) La teoría integradora hace mención a un conjunto de aspectos u obligaciones de carácter filantrópico, ético, legal y económico que deben	<p>Enfoque de gestión de asuntos sociales La empresa debe examinar, evaluar e identificar diferentes procesos para responder a los asuntos políticos y sociales (Vogel, 1986).</p> <p>Enfoque de responsabilidad pública El comportamiento de las empresas en la parte social, proviene de una política pública, en la cual se incluyen diferentes aspectos</p>

<p>aplicar las empresas cuando se van a constituir, con la finalidad de conseguir una licencia que garantice su operación,</p>	<p>de ley y reglamentos en relación a temas sociales (Preston y Post, 1975).</p> <p>Enfoque de gestión de los grupos involucrados La empresa considera el integrar a grupos de interés para tomar decisiones gerenciales, buscando una cooperación entre los mismos y la empresa (Agle y Mitchell, 1999).</p> <p>Enfoque del desempeño social corporativo Según Carroll (1979) este enfoque desarrolla cuatro tipos para la aplicación de la RSE, entre ellos se habla de: responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas.</p> <p>Enfoque normativo de grupos involucrados o stakeholders Involucra a todos los actores interesados, en donde la empresa no solo se preocupe por sus intereses de manera interna, sino que, al contrario, por todos los daños (Freeman,1998; Donaldson y Preston,1995).</p> <p>Enfoque de los derechos universales Basado en la constitución del cumplimiento del pacto global, siendo parte los derechos humanos, laborales y ambientales (Garriga y Melé, 2004).</p> <p>Enfoque de desarrollo sostenible Tiene la finalidad de un desarrollo humano, tomando en consideración las generaciones presentes y futuras (Gladwin y Kennelly, 1995).</p> <p>Enfoque del bien común Las empresas al igual que otros grupos sociales deberán contribuir al bien común ya que forman parte de la sociedad, sin embargo, deben ofertar sus productos o servicios de manera eficiente, justa y equitativa (Kaku,1997).</p>
<p>Teorías éticas</p>	<p>Esta teoría se basa en principios éticos entre la empresa y la sociedad, con el propósito de construir una mejor sociedad, por ende, se aplica actividades socialmente responsables para dar respuesta al pacto mundial (derechos de los trabajadores, derechos humanos, derechos de la naturaleza; entre otros).</p>

Fuente: Garriga y Melé (2004), Tinoco et al. (2012), Sánchez (2016).

2.2.4. Capital intelectual (CI)

El capital intelectual es un factor clave en la empresa porque va más allá de una simple recolección de datos e información, esto se debe a que se encuentra representado por las diferentes capacidades que un trabajador puede tener, en cualquier puesto de la empresa; es decir que representa los conocimientos adquiridos, habilidades que ha desarrollado en el tiempo y las actitudes que refleja en el desempeño laboral con el objetivo de otorgar beneficios a la empresa.

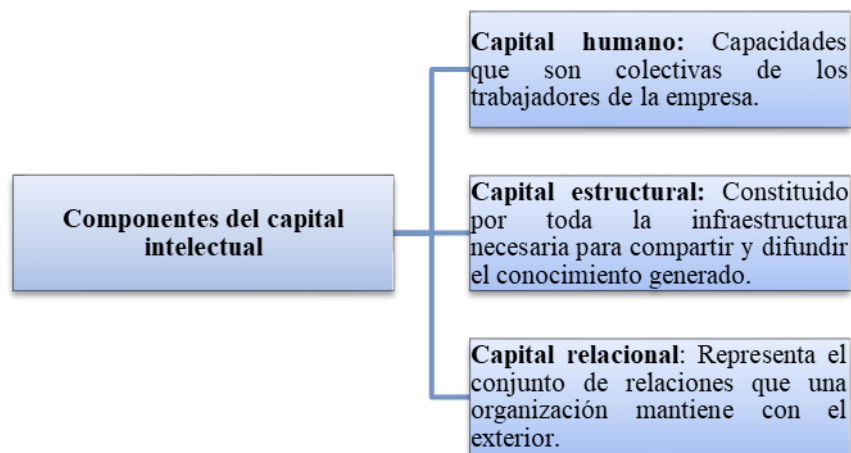
Es así que Villamizar et al. (2016) definen al capital intelectual como el conjunto de conocimientos científicos, tecnológicos, artísticos y comerciales que generan valor en la empresa, por ende, son diferentes recursos intangibles que ayudan a la organización a obtener una ventaja competitiva, considerando que no aparecen registrados en los estados financieros.

Para Gallardo y Castilla (2015), por otro lado, el capital intelectual es el motor que impulsa el liderazgo en el mercado, el crecimiento continuo de las ventas y la creación de valor para los accionistas. En este sentido, este recurso (CI) es utilizado por sectores específicos para buscar ventajas que creen valor en un período de tiempo, esto se debe a que si las empresas poseen activos intangibles obtendrán una mejor valoración de sus existencias respecto a otras empresas.

2.2.4.1. Componentes del capital intelectual

El análisis de los componentes del capital intelectual es importante ya que señala la ruta que las organizaciones deben tomar para lograr mayor competitividad, especialmente cuando se tiene como objetivo el lograr valor añadido en las empresas, de tal forma a continuación se enlista los principales componentes:

Figura 3
Componentes del CI.



Fuente: León y Mancheno (2017), Boscán y Sandra (2015) y Delgado et al. (2011).

2.2.4.1.1. Capital humano

Según León y Mancheno (2017) el capital humano se refiere a las capacidades que son colectivas de los trabajadores de la empresa, considerados como recursos muy importantes, por consiguiente, este capital es el que crea valor para la organización, ya que contribuye con diferentes conocimientos, destrezas, habilidades y capacidades, con el objetivo de utilizarlas para investigación y desarrollo de las empresas.

De la misma manera, De la Garza et al. (2015) indican que es considerado una fuente potencial de innovación, es así que los principales indicadores para el capital humano que frecuentemente tienen coincidencia en diferentes investigaciones, se encuentran: el conocimiento del trabajo, la experiencia, educación, la formación, creatividad, la motivación de los empleados, el índice de rotación, valor añadido por empleado y finalmente la proporción de empleados dando nuevas ideas.

2.2.4.1.2. Capital estructural o capital organizacional

El capital estructural como lo mencionan Boscán y Sandra (2015) está constituido por toda la infraestructura necesaria para compartir y difundir el conocimiento generado, es decir, el conocimiento que la organización ha podido captar, como la cultura organizacional, las mejores prácticas, los procedimientos, sistemas y tecnologías, por lo que ayuda al personal a mejorar su rendimiento organizacional, es decir, es la capacidad de organización tomando en cuenta sistemas físicos, con el propósito de almacenar y transmitir material intelectual.

En este sentido, Barrena et al. (2016) indican que el capital estructural incluye todos los depósitos no humanos de conocimiento en las organizaciones, como son las bases de datos, organigramas o jerarquías, manuales de procesos, sistemas administrativos, tecnologías, estrategias, rutinas de trabajo y cualquier cosa cuyo valor para la empresa resulta más alto que su valor material.

2.2.4.1.3. Capital relacional o capital social

El capital relacional como lo establecen Delgado et al. (2011) representa el conjunto de relaciones que una organización mantiene con el exterior, por lo que está relacionado con la capacidad que la organización desarrolla para establecer y consolidar vínculos externos con otras organizaciones, en otras palabras, es el componente del capital intelectual considerado como el conocimiento incluido en las relaciones que tiene la organización.

De tal modo, se identifican diferentes indicadores que corresponden a las relaciones con los agentes externos, por ejemplo, índice de repetición de los clientes, cartera de clientes, relaciones con proveedores a largo plazo, alianzas sólidas, reputación, participación en el

mercado, porcentaje de crecimiento en el volumen de los negocios, número de alianzas cliente/proveedor y demás (Delgado et al., 2011).

2.2.4.2. Teorías del capital intelectual

La revisión de la literatura presenta diversas teorías, las cuales han sido utilizadas para poder identificar, medir, gestionar y divulgar todo lo relacionado al capital intelectual, por ende, se muestran las siguientes:

En un principio se puede mencionar a la teoría de recursos y capacidades, la cual inició en los años ochenta por Wernerfelt (1984), Rumelt (1984) y Barney (1986) y posteriormente desarrollada y fundamentada por otros autores, los cuales mencionan que los activos intangibles de las empresas son los principales factores de ventaja competitiva, sabiendo que la justificación principal es que las empresas rivales no pueden imitar los activos intangibles como lo hacen con los activos físicos (Ochoa et al., 2012).

Por otro lado, actualmente la teoría mencionada ha evolucionado ya que, como lo indican García et al. (2010), se orienta a tres enfoques basados en el conocimiento, relacional e intelectual. Continuamente, se presenta la denominada teoría del capital intelectual que surge como una crítica hacia la teoría de recursos y capacidades, por lo que, para Edvinsson y Malone (1999), está basada en tres componentes entre los cuales se encuentran el capital organizacional (sistemas y procesos), el capital humano (trabajadores) y finalmente el capital social (relaciones sociales).

De la misma manera, surge la teoría basada en el conocimiento, la cual aplica nuevos factores como: la tecnología, la innovación y modelos de crecimiento, para que así la empresa pueda lograr una mejor organización y ventaja competitiva, ya que como lo determina Nonaka (1991) “la única fuente duradera de ventaja competitiva es el conocimiento”, además el conocimiento es un recurso intangible que permite crear, proveer y se encuentra acumulado en el capital relacional, humano y estructural, es decir en el capital intelectual de las empresas.

Asimismo, Ochoa et al. (2012) hacen mención a la teoría de las capacidades dinámicas, la cual se basa en un potencial futuro para la gestión de ventajas competitivas en

relación a un ambiente demandante, debido a que integra términos de investigación y desarrollo (I+D).

2.2.4.3. Relación entre la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual con la competitividad

La literatura determina que tanto la RSE y el CI tienen una relación positiva, siendo fuentes de ventajas competitivas para las empresas, debido a que las dimensiones de la RSE son asociadas con un incremento en la productividad, un aumento en el rendimiento y un elevado éxito competitivo (Musibah y Alfattani, 2013). En cambio, el CI abarca un papel importante comprendido de recursos intangibles en las organizaciones, entre ellos: capital humano, capital relacional y capital estructural, los cuales pueden lograr una buena imagen corporativa en relación de sus stakeholders, es decir, ambos describen la interfaz entre la sociedad y las empresas (Aslam et al. 2018).

En este contexto, según Lungu et al. (2014) el implementar estrategias de RSE y CI, las empresas u organizaciones llegarán a obtener beneficios medioambientales, económicos y sociales, mientras que los grupos de interés podrán dar a conocer sus demandas sociales, además, permitirá mantener una adecuada reputación desde un punto de vista intangible, medioambiental y social.

A la vez, el CI es el conocimiento que posee una organización a través del CH, CE o CR, considerando que este tipo de capital en la actualidad es importante para el nuevo modelo de gestión empresarial y para el desarrollo de la RSE, afirmando que al ser socialmente responsable tiene mucho que ver con invertir un alto porcentaje en CI debido a que, el conocimiento del trabajador ayuda a generar nuevas ideas, con la finalidad de cumplir los objetivos planteados, logrando así un valor organizacional a nivel interno y externo, asimismo ventajas competitivas en el mercado porque no solo se considera al propietario o accionista, al contrario se involucra a la sociedad en general (Jain et al. 2017).

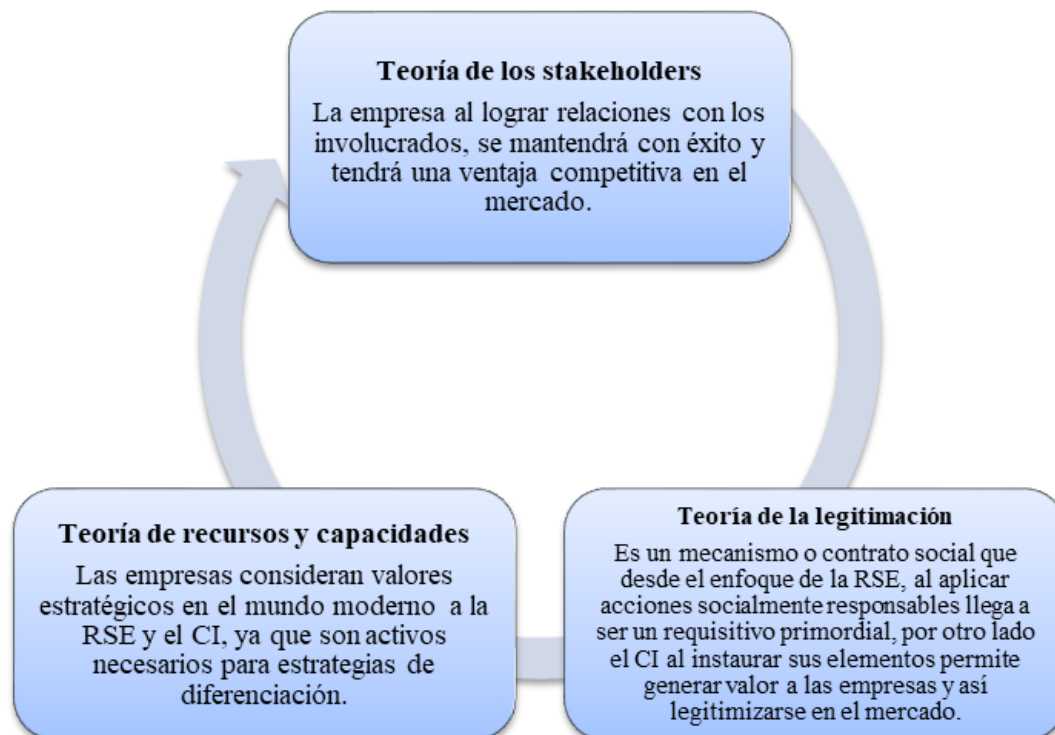
Es por ello que, las empresas en la actualidad tratan de tener un vínculo estratégico con aspectos sociales y activos intangibles junto con los económicos, ya que de acuerdo con Porter y Kramer (2006) tanto las dimensiones de la RSE y los componentes del capital intelectual o también denominado administración por objetivos en 1954 por Peter Drucker

son fuente de ventaja competitiva e incluso se incorporan en procesos de planeación estratégica.

También, la RSE abarca prácticas, políticas, varios procesos de toma de decisiones y temas relacionados con la ética empresarial, la gestión, los derechos humanos y ambientales en el lugar de trabajo, es decir, según Shahzad et al. (2021) se mantiene una relación fuerte con los componentes del capital intelectual, ya que, las actividades de la RSE generan una cultura corporativa sostenible, beneficios y mayor compromiso para los empleados, que permite mejorar el desempeño, creatividad, innovación constante en productos o procesos y la gestión de recursos humanos; además, estos eventos ayudan a las empresas a atraer empleados altamente calificados, generando altos índices de competitividad.

De acuerdo con lo mencionado, a continuación, se presentan las teorías que relacionan a la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual con la competitividad.

Figura 4
Teorías.



Fuente: Peñaflo y Avilés (2016).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Método

Se consideró el método analítico hipotético deductivo ya que, según Hernández et al (2010) “aplica la lógica de lo general a lo particular, llevando a cabo un proceso de investigación científica, el cual parte de la observación, identificación de la necesidad, variables a estudiar, relación de teorías y estudios previos”. De tal forma, se aplicó un análisis multivariante de datos, utilizando como técnica estadística el análisis de regresión lineal múltiple, a través del método de pasos sucesivos, con la finalidad de identificar la relación existente entre las variables explicativas, responsabilidad social empresarial y capital intelectual con la competitividad.

3.2. Tipo de investigación

La investigación es de tipo exploratoria, la cual se realizó de manera empírica con un enfoque descriptivo, cuantitativo y transeccional, que permitió verificar los hechos ante los cuestionamientos planteados. De igual manera, se realizó una investigación de campo, ya que las fuentes primarias de la investigación utilizadas para el levantamiento de información, fueron: la encuesta como técnica, mediante la aplicación de un cuestionario, medido en una escala tipo Likert de 1 a 5 refiriéndose desde 1 nunca, 2 casi nunca, 3 a veces, 4 casi siempre y 5 siempre.

Por otra parte, las fuentes secundarias se basaron en libros, artículos científicos, publicaciones, sitios web y fuentes oficiales como la página de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y el Servicio de Rentas Internas.

3.3. Población y muestra

La población del estudio, se encuentra constituida por 411 pequeñas y medianas empresas (PYMES), sujetas al control del Sistema de Rentas Internas y la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, basada en información entregada del ejercicio económico, de la ciudad de Riobamba. Conforme a la normativa implantada por la Comunidad Andina en la Resolución 1260 y la legislación interna.

3.3.1. Cálculo de la muestra

En la página oficial del Sistema de Rentas Internas (SRI), se presenta el catastro de pequeñas y medianas empresas de la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba del año 2021, clasificadas de acuerdo al tipo de contribuyente ya sea persona natural o sociedad, por ello, se evidencia una población de 411 PYMES. De tal forma para calcular la muestra se toma las 113 medianas y 298 pequeñas empresas con un total de 411 haciendo referencia a la población global de las PYMES.

$$n = \frac{K^2 Npq}{e^2 (N - 1) + K^2 pq} = \frac{(1,96)^2 \times (411) \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (408 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$
$$n = 198$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

k = Valor crítico de la distribución normal estándar (95%) = 1,96.

N = Población total o universo.

p = Probabilidad de éxito de encontrar una persona dentro de la población (0,5).

q = Probabilidad de no encontrar una persona dentro de la población (0,5).

e = Error de estimación (0,05) = 5%.

3.3.1.1. Estratificación de la muestra

Tabla 3

Estratificación de la muestra.

Tipo de Empresas	N°	Muestra
Pequeñas	298	143
Medianas	113	55
Total	411	198

Fuente: elaboración propia con base en el catastro del SRI.

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó para recolectar la información fue la encuesta a través de un cuestionario, levantada en la ciudad de Riobamba de manera presencial y virtual a través de un sistema informático de las pequeñas y medianas empresas acorde al ranking

empresarial de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) y el Catastro del Sistema de Rentas Internas. Además, la hoja de cálculo de Microsoft Excel y el programa estadístico SPSS 25.

3.5. Descripción de las variables de la investigación

A continuación, se detalla la variable dependiente y las variables independientes:

3.5.1. Variable dependiente: competitividad

La variable dependiente, es adaptada de Jiménez (2006) y Sandoval (2017), por lo que, para medirla, se construyó un índice, mediante el cálculo de la media de los siguientes 6 factores:

- **Gestión administrativa:** Se enfoca en el conjunto de actividades, acciones y tareas planteadas en la planificación estratégica de una empresa.
- **Gestión comercial:** Abarca todas las acciones destinadas a promover las propuestas comerciales de la empresa.
- **Gestión financiera:** Mide el éxito de una empresa mediante la rentabilidad, establecida en un periodo de tiempo.
- **Gestión de producción:** Indica el uso de técnicas y métodos relacionados a la materia prima, insumos y producción en la competitividad de la empresa.
- **Ciencia y tecnología:** Para identificar el impacto de esta variable, la empresa debe poseer aspectos vinculados con la innovación, el desarrollo y la investigación, que a su vez se usen correctamente.
- **Factores externos:** Mide la influencia de cambios económicos nacionales e internacionales que afectan al crecimiento de la empresa.

3.5.2. Variables independientes

Asimismo, las variables independientes, entre ellas: responsabilidad social empresarial, es adecuada del manual de RSE para PYMES elaborado por la Confederación de Producción y Comercio, y, la fundación PROhumana (2011), en cambio, la variable capital intelectual de los aportes del estudio de Sandoval (2017). Sin embargo, las variables, están consideradas por diferentes elementos, con la finalidad de construir el índice de cada una de ellas, a través de la obtención de las medias, en el caso de la responsabilidad social

empresarial se mide en 6 dimensiones, y, el capital intelectual en 3 componentes, detallados a continuación:

3.5.2.1. Responsabilidad social empresarial

- Valores y coherencia: Considera los lineamientos y políticas orientadas a prácticas éticas y transparentes.
- Público interno: Identifica aspectos relacionados con la contribución de los empleados para mejorar su calidad de vida.
- Relación con proveedores: Mide políticas relacionadas con los proveedores a largo plazo.
- Relación con los consumidores: Mide la satisfacción de los consumidores, identificando la fidelidad y reputación corporativa.
- Relación con la comunidad: Es el mecanismo que permite conocer la aplicación de actividades e interacciones que ponen en marcha un programa social, es decir mide las contribuciones activas y voluntarias de la empresa a la mejora social encaminadas a mejorar su situación competitiva.
- Medioambiente: Evalúa el impacto que genera la empresa al medio ambiente, y el diseño de un sistema sostenible, conjuntamente con la aplicación de nuevas prácticas y políticas a largo plazo.

3.5.2.2. Capital intelectual

- Capital humano: Determina el aporte de los empleados a la empresa conforme a su conocimiento, creatividad, experiencia, habilidades y ética.
- Capital estructural: Hace referencia al conocimiento explícito, innovación constante, cultura corporativa, cooperación interna, instrumentos de gestión y optimización de procesos.
- Capital relacional: Mide las relaciones que tiene la empresa con los clientes, proveedores, instituciones e inversores.

3.5.2.3. Variables de control

- Género: Identifica las características que se asigna a mujeres y hombres.
- Nivel de estudios: Grado educativo alcanzado.

- Tamaño de la empresa: Mide el tamaño de la empresa, ya sea pequeña o mediana.
- Años de funcionamiento: Tiempo en el mercado empresarial.

3.6. Validación del instrumento

Para la confiabilidad del instrumento de manera inicial se realizó un análisis de forma y contenido, se procedió a calcular el coeficiente de alfa de Cronbach, utilizando los tres bloques principales del cuestionario elaborado, y cuyos resultados se describen a continuación y se encuentran detallados en el anexo 4.

Tabla 4
Estadísticas de fiabilidad.

Variable	Alfa de Cronbach
Competitividad.	0,811
RSE	0,901
Capital Intelectual	0,863

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Competitividad: Compuesta por 16 ítems que en su totalidad muestran un alpha de Cronbach de 0,811; en el cual se consideraron los siguientes elementos: gestión administrativa y comercial, con un alpha de Cronbach de 0,682, valor que se encuentra al límite para aceptar la fiabilidad; gestión financiera compuesta de 4 ítems con un alpha de Cronbach de 0,774; por lo tanto, a nivel general la construcción de la variable competitividad se la puede considerar como validada y confiable. Dentro de este análisis, se evidencia que la gestión de producción y ciencia y tecnología presentaron un alpha de Cronbach muy bajo cercano a cero.

Responsabilidad social empresarial: Compuesta por 21 ítems que obtuvieron un alpha de Cronbach de 0,901, indicando un alto nivel de confiabilidad total. Este bloque está compuesto por seis dimensiones; valores y coherencia, 5 ítems, con un alpha de Cronbach 0,63; público interno, 5 ítems, con un alpha de Cronbach de 0,761; relaciones con los proveedores, 3 ítems, con un alpha de Cronbach 0,726; relación con los consumidores, 2 ítems, con un alpha de Cronbach 0,714; relación con la comunidad, 2 ítems, con un alpha de Cronbach de 0,849 y finalmente medio ambiente, 3 ítems, con un alpha de Cronbach 0,850.

Dichos resultados en general indican una confiabilidad aceptable de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial.

Capital intelectual: Compuesto por 19 ítems, que muestran un alpha de Cronbach de 0,863; además se consideran tres subsecciones; capital humano, 6 ítems, con un alpha de Cronbach de 0,742; capital estructural, 8 ítems, con un alpha de Cronbach de 0,805 y capital relacional, 5 ítems, con un alpha de Cronbach 0,712. Con estos resultados se podría considerar que los elementos que conforman la variable capital intelectual son fiables y confiables.

Posteriormente, los mismos tuvieron una evaluación mediante baremos, niveles y rangos, determinados de la siguiente manera:

Tabla 5
Niveles y rangos de la competitividad.

Niveles y Rangos	Bajo	Medio	Alto
Competitividad	[16 - 37]	[38 - 59]	[60 -80]
Gestión Administrativa	[1 - 2]	[3 - 4]	[5]
Gestión Comercial	[4 - 9]	[10 - 15]	[16 - 20]
Gestión Financiera	[4 - 9]	[10 - 15]	[16 - 20]
Gestión de Producción	[3 - 7]	[8 - 12]	[13 - 15]
Ciencia y Tecnología	[3 - 7]	[8 - 12]	[13 - 15]
Factores Externos	[1 - 2]	[3 - 4]	[5]

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Tabla 6
Niveles y rangos de la responsabilidad social empresarial.

Niveles y Rangos	Bajo	Medio	Alto
RSE	[21 - 49]	[50 - 78]	[79 -105]
Valores y Coherencia	[5 - 11]	[12 - 18]	[19-25]
Público Interno	[5 - 11]	[12 - 18]	[19-25]
Relación con Proveedores	[3 - 7]	[8 - 12]	[13 - 15]
Relación con Consumidores	[3 - 7]	[8 - 12]	[13 - 15]
Relación con la Comunidad	[2 - 4]	[5 - 7]	[8 - 10]
Medioambiente	[3 - 7]	[8 - 12]	[13 - 15]

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Tabla 7
Niveles y Rangos del capital intelectual.

Niveles y Rangos	Bajo	Medio	Alto
Capital Intelectual	[19 - 44]	[45 - 70]	[71 -95]
Capital Humano	[6 - 14]	[15 - 23]	[24 - 30]
Capital Estructural	[8 - 18]	[19 - 29]	[30 - 40]
Capital Relacional	[5 - 11]	[12 - 18]	[19 - 25]

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

3.7. Estimación del modelo econométrico

Para establecer la relación de las variables explicativas responsabilidad social empresarial y capital intelectual con la competitividad se toma como referencia el trabajo de Aguilera et al. (2014) que mediante la utilización de un modelo de regresión lineal múltiple y a través del método de pasos sucesivos se pudo demostrar si existe o no una relación entre las variables.

El modelo de regresión lineal múltiple según Gujarati y Porter (2010) se basa en que la variable dependiente, o regresada, Y , depende de dos o más variables explicativas, o regresoras, también se considera que el término lineal se refiere a linealidad en los parámetros y no necesariamente en las variables. Por ende, para la presente investigación, el análisis se desarrolló con la siguiente ecuación:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (\text{Ecuación 1})$$

$$\text{Competitividad} = \beta_0 + (\beta_1 * \text{responsabilidad social empresarial}) + (\beta_2 * \text{capital intelectual}) + e$$

Dónde:

Y : Competitividad de las PYMES.

X_1 : Responsabilidad social empresarial.

X_2 : Capital intelectual.

e : Error aleatorio.

La principal finalidad es validar las hipótesis planteadas a continuación:

H_1 = La responsabilidad social empresarial, tiene influencia en el nivel de competitividad en las PYMES de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.

H_2 = El capital intelectual, tiene influencia en el nivel de competitividad en las PYMES de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.

3.7.1. Método de pasos sucesivos

Este método es una combinación de los métodos hacia delante y hacia atrás, es decir, tiene inicio al igual que el método hacia adelante, seleccionando, en el primer paso la variable independiente, en donde supera los criterios de entrada y así mismo se correlaciona (en valor absoluto) con la variable dependiente. Posteriormente, se selecciona la variable independiente la cual supera los criterios de entrada y posee el más alto coeficiente de correlación parcial (en valor absoluto).

De igual modo, cada vez que se introduce una nueva variable al modelo, las variables anteriormente seleccionadas son nuevamente evaluadas al igual que en el método hacia atrás, con el fin de determinar si aún siguen o no cumpliendo los criterios de salida, de esta forma si una de las variables seleccionadas cumple los criterios de salida la misma será eliminada del modelo (Urdanibia et al., 2005).

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al concluir las encuestas realizadas a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Riobamba, a continuación, se muestran los siguientes resultados:

Tabla 8
Bloque introductorio de las PYMES encuestadas.

Preguntas	Total	Participación	Preguntas	Total	Participación
Género			Tamaño de la empresa		
Femenino	70	35%	Pequeña	143	72%
Masculino	128	65%	Mediana	55	28%
Total	198	100%	Total	198	100%
Nivel de estudio gerente/dueño			Años de funcionamiento		
Primaria	0	0%	De 1 a 5 años	44	22%
Secundaria	22	11%	De 6 a 10 años	55	28%
Superior pregrado	133	67%	De 11 a 15 años	35	18%
Superior posgrado	43	22%	De 16 en adelante	64	32%
Total	198	100%	Total	198	100%

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Una vez finalizadas las encuestas, se destaca una participación del 72% para la pequeña empresa (143 encuestadas), mientras que la mediana empresa representa el 28% (55 encuestadas).

Por ello, los datos demuestran que las pequeñas y medianas empresas se encuentran administradas en su mayoría por el género masculino representado por el 65% y en un menor porcentaje por el género femenino con el 35%. De la misma manera, el gerente o dueño en gran parte tiene un nivel de estudio superior pregrado (67%), y sólo un 22% cuenta con un título de posgrado.

También, las empresas encuestadas reflejan que 44 de ellas se encuentran de 1 a 5 años en funcionamiento en el mercado representando el 22%, 55 están en el mercado de 6 a 10 años (28%), en cambio de 11 a 15 años son parte 35 empresas (18%) y un 32%, es decir 64 empresas tienen un funcionamiento de 16 años en adelante.

4.1. Competitividad

Para la competitividad se consideró 6 factores, como: gestión administrativa, gestión comercial, gestión financiera, gestión de producción, ciencia y tecnología, y, factores externos, mostrando a continuación los resultados porcentuales:

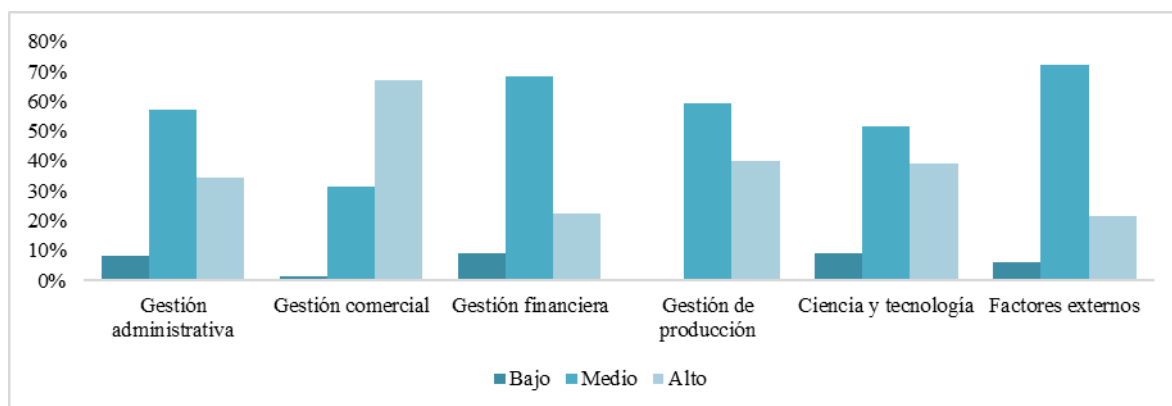
Tabla 9
Factores de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.

Variable y factores	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Competitividad	Pequeñas empresas			Medianas empresas		
Gestión administrativa	8,4%	57,3%	34,3%	5,5%	30,9%	63,6%
Gestión comercial	1,4%	31,5%	67,1%	0,0%	21,8%	78,2%
Gestión financiera	9,1%	68,5%	22,4%	1,8%	49,1%	49,1%
Gestión de producción	0,7%	59,4%	39,9%	0,0%	38,2%	61,8%
Ciencia y tecnología	9,1%	51,7%	39,2%	5,5%	34,5%	60,0%
Factores externos	6,3%	72,0%	21,7%	1,8%	58,2%	40,0%

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Gráfica 1

Factores de la competitividad de las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.



Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

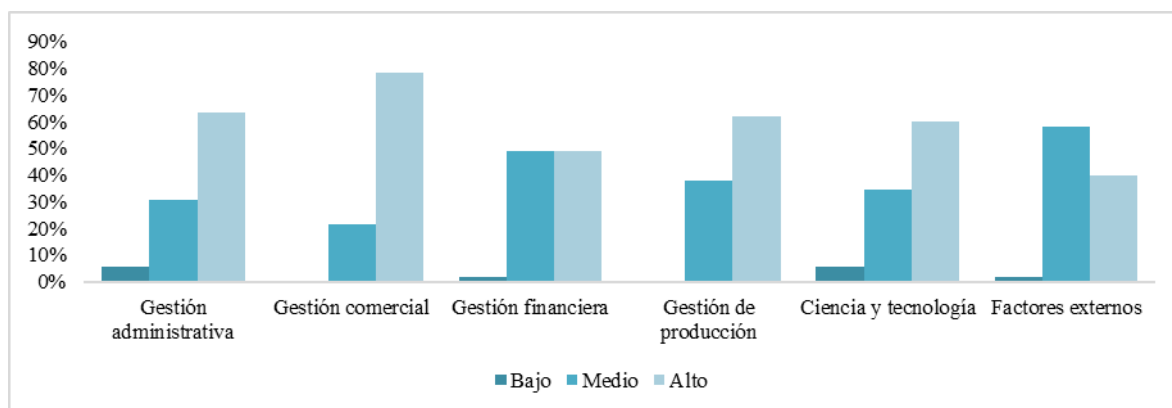
Para el 2021, las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba, en relación a los factores de competitividad se evidencia que, un 67,1% tiene un alto nivel de competitividad en la gestión comercial y un 1,4% son menos competitivas en esta área. Continuamente las empresas que son competitivas en un nivel medio en mayor porcentaje, son la gestión financiera y factores externos que representan un 68,5% y 72,0% respectivamente.

El 59,4% de las empresas indican que otra de las áreas con una competitividad media es la gestión de producción, al contrario, el 0,7% tienen menor competitividad. Para la gestión administrativa el 57,3% se enfoca en el conjunto de actividades, acciones y tareas

planteadas en el plan estratégico de una empresa, mientras que el 8,4% tiene un nivel menor de competitividad en esta área y el 51,7% con aspectos orientados a la innovación, el desarrollo y la investigación que también genera una mediana competitividad es el factor de ciencia y tecnología, en cambio el 9,1% presenta bajo nivel de competitividad.

Gráfica 2

Factores de la competitividad de las medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.



Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Por otro lado, para las medianas empresas con respecto a los factores de competitividad, los datos reflejan que un 78,2% es altamente competitiva en la gestión comercial, el 63,6% de las empresas tienen un nivel alto de competencia en la gestión administrativa, en contraste el 5,5% de ellas presenta baja competitividad. La gestión de producción es otro de los factores con mayor competitividad representando el 61,8%, ya que utilizan técnicas y métodos en relación a la materia prima, insumos y producción.

Las empresas que utilizan aspectos orientados a la innovación, el desarrollo y la investigación para ser más competitivas son el 60% formando parte del área de ciencia y tecnología y un 5,5% tiene niveles menores en la misma y las empresas en relación a la gestión financiera con 49,1%. Finalmente, en factores externos con un nivel de competitividad medio se evidencia el 58,2%.

4.2. Responsabilidad social empresarial

En cambio, la responsabilidad social empresarial, está conformada por 6 dimensiones, de las cuales se tiene a: valores y coherencia, público interno, relación con proveedores, relación con consumidores, relación con la comunidad y medioambiente,

asimismo, cada una, muestra el porcentaje correspondiente con base en las encuestas, detalladas de la siguiente manera:

Tabla 10

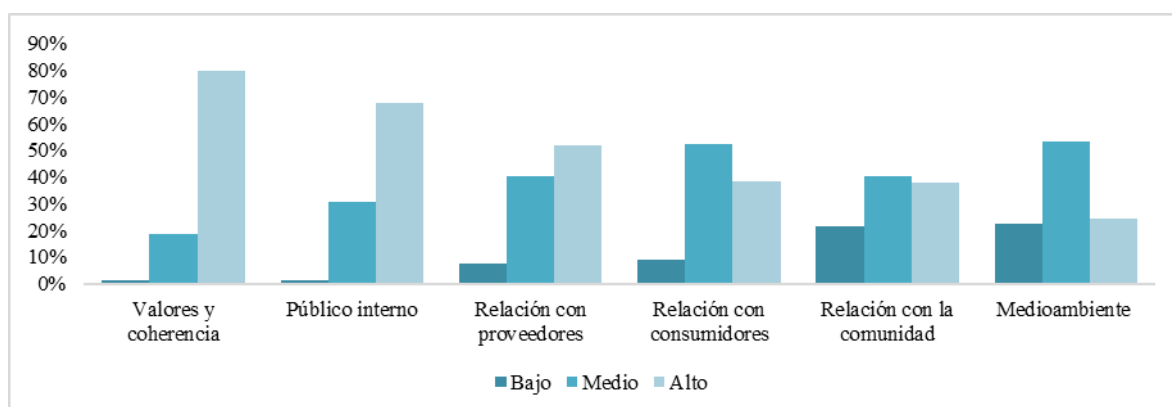
Dimensiones de la RSE de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.

Variable y dimensiones	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Responsabilidad social empresarial	Pequeñas empresas			Medianas empresas		
Valores y coherencia	1,4%	18,9%	79,7%	3,6%	7,3%	89,1%
Público interno	1,4%	30,8%	67,8%	1,8%	21,8%	76,4%
Relación con proveedores	7,7%	40,6%	51,7%	3,6%	40,0%	56,4%
Relación con consumidores	9,1%	52,4%	38,5%	7,3%	29,1%	63,6%
Relación con la comunidad	21,7%	40,6%	37,8%	5,5%	38,2%	56,4%
Medioambiente	22,4%	53,1%	24,5%	14,5%	32,7%	52,7%

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Gráfica 3

Dimensiones de la RSE de las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.



Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

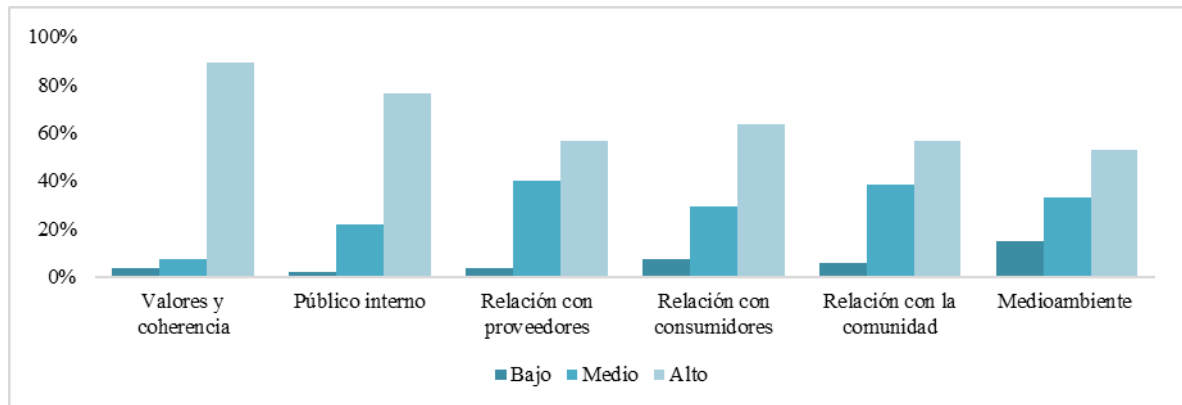
En las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba en el 2021, de acuerdo con las dimensiones de la responsabilidad social empresarial, presenta que el 79,7% consideran los procedimientos y políticas orientados a prácticas éticas y transparentes, mientras que el 1,4% toma en cuenta parcialmente los aspectos mencionados en relación a la dimensión valores y coherencia, el 67,8% se enfoca de manera eficaz en su público interno, en cambio el 1,4% lo identifica en menor proporción.

Asimismo, en relación con los proveedores las empresas indican una participación de 51,7% midiendo procesos de evaluación con los mismos, al contrario, con un nivel menor el 7,7%. Para las dimensiones, medioambiente y en relación con los consumidores se tiene

una competitividad media con valores del 53,1% y 52,4% lo que indica que las empresas no dejan de lado a estos grupos de interés. Finalmente, con un menor porcentaje, la dimensión relación con la comunidad, presenta un nivel medio del 40,6% siendo un mecanismo que permite conocer la contribución, interacción y aplicación de actividades sociales.

Gráfica 4

Dimensiones de la RSE de las medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.



Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Por el contrario, el 89,1% tiene un alto nivel de cumplimiento de la RSE, acorde a la dimensión valores y coherencia, en cambio sólo un 3,6% tiene un nivel bajo, el 76,4% identifica aspectos relacionados con la participación de los empleados para mejorar su calidad de vida (público interno), pero el 1,8% no se enfoca en gran medida. En relación a los consumidores el 63,6% de las empresas establecen mecanismos para medir la satisfacción de los clientes, con el fin de mantener la fidelidad y reputación corporativa, y un 7,3% lo aplica en bajos niveles.

En cuanto a las dimensiones relación con los proveedores y la comunidad se determinan valores semejantes siendo del 56,4% lo que evidencia el cumplimiento de procesos de evaluación a los proveedores y la generación de iniciativas orientadas a contribuciones activas y voluntarias de la empresa a la mejora social.

En la dimensión del medioambiente se presenta el 52,7%, convirtiéndose en un dato relevante del estudio ya que, las pequeñas empresas presentan un porcentaje menor acorde a la mediana, porque las empresas han implementado nuevas prácticas ambientales para una

sostenibilidad a largo plazo, bajo la elaboración de una política que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución.

4.3. Capital intelectual

Finalmente, la variable capital intelectual, está medida por 3 componentes, siendo: capital humano, capital estructural y capital relacional, observando los resultados en porcentaje, posteriormente:

Tabla 11

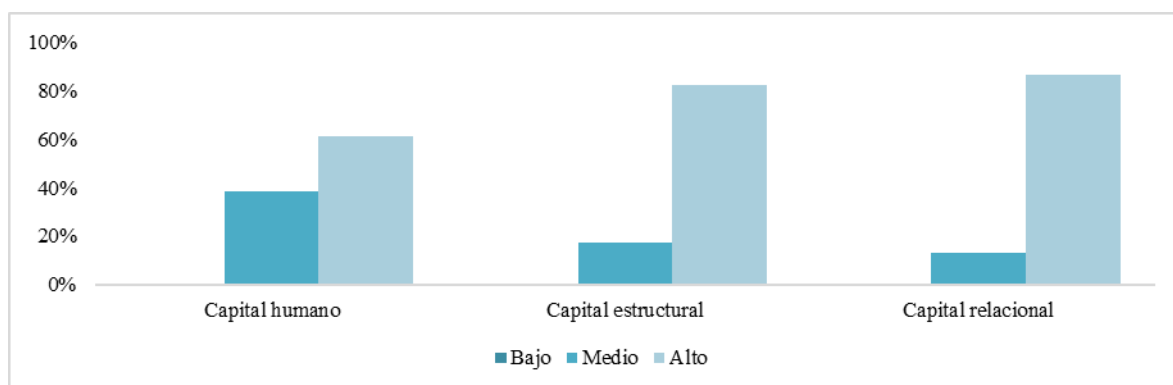
Componentes del CI de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.

Variable y componentes	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Capital intelectual	Pequeñas empresas			Medianas empresas		
Capital humano	0,0%	38,5%	61,5%	0,0%	36,4%	63,6%
Capital estructural	0,0%	17,5%	82,5%	0,0%	12,7%	87,3%
Capital relacional	0,0%	13,3%	86,7%	0,0%	7,3%	92,7%

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

Gráfica 5

Componentes del CI de las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.



Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

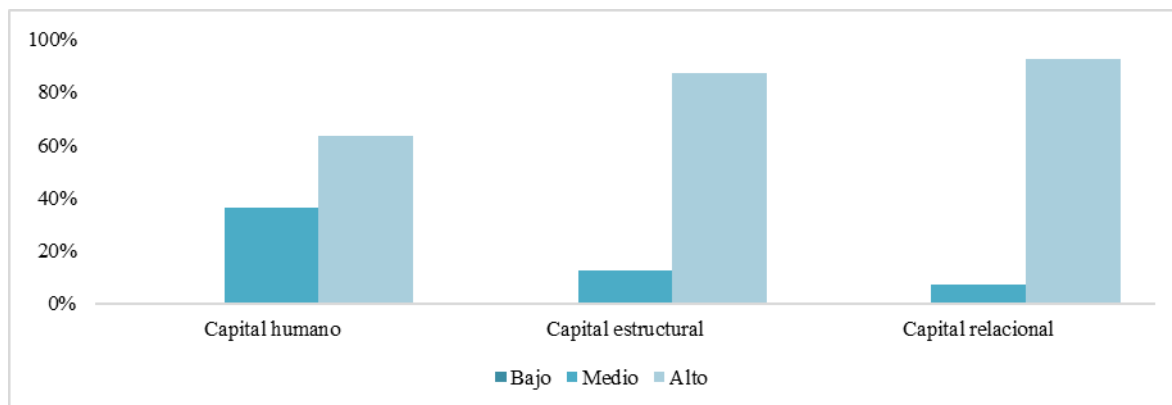
Las pequeñas empresas de la ciudad de Riobamba en el 2021, en relación a la variable capital intelectual en sus tres componentes, indican que el capital relacional con el 92,7% presenta un alto nivel de cumplimiento ya que, mide adecuadamente las relaciones que tiene la empresa con los clientes, proveedores, instituciones e inversores, pero en un nivel medio tan sólo el 13.3%.

En el capital estructural se evidencia que el 82,5% poseen conocimiento explícito, innovación constante, cultura corporativa, cooperación interna, instrumentos de gestión y

optimización de procesos, al contrario el 17,5% lo cumple parcialmente y el capital humano con el 63,6% se determina un nivel mayor en el aporte de los empleados a la empresa conforme a su conocimiento, creatividad, experiencia, habilidades y ética, es decir, se hace alusión al capital humano, en cambio el 38,5% presenta un nivel medio en el mismo.

Gráfica 6

Componentes del CI de las medianas empresas de la ciudad de Riobamba, periodo 2021.



Fuente: cálculos propios con base en las encuestas.

No obstante, para las medianas empresas, el capital relacional representa un 92,7% lo que determina que las relaciones con los grupos de interés son a largo plazo, mientras que el 7,3% mantienen un nivel medio para generar un vínculo con los clientes, proveedores y habilidades para establecer alianzas sólidas, el 87,3% tiene un nivel alto correspondiendo al capital estructural en base a la utilización de técnicas informáticas, compromiso y confianza entre directivos y empleados, por otro lado el 12,7% en relación a este factor tiene un nivel medio para su aplicación.

Finalmente, se evidencia que el capital humano con el 66,3% tiene un nivel alto de cumplimiento en base al conocimiento, creatividad, experiencia, habilidades y ética que poseen los empleados, pero tan sólo el 7,3% tiene un aporte medianamente significativo.

4.4. Formulación del modelo econométrico

Los resultados parten inicialmente del análisis de correlación de Pearson entre las variables de estudio que se muestran en la tabla 12, donde se observa que la competitividad y la responsabilidad social empresarial están correlacionadas positivamente en un 61,6% con un valor de significancia menor al 0,01. El capital intelectual y la competitividad presentan

una correlación positiva de 55,9% con una significancia menor al 0,01, y finalmente, la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual presentan una correlación significativa de 69,2%.

Tabla 12
Correlación entre las variables.

		Competitividad	Responsabilidad Social Empresarial	Capital Intelectual
Competitividad	Correlación de Pearson	1	0,616***	0,559***
	N	198	198	198
Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	0,616***	1	0,692***
	N	198	198	198
Capital Intelectual	Correlación de Pearson	0,559***	0,692***	1
	N	198	198	198

Nota: ***prob<0.01; ** prob<0.05; *prob<0.1.

Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

Una vez determinado que existe una correlación positiva y significativa entre las variables de estudio, se procedió a estimar la regresión lineal múltiple para determinar el efecto de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual sobre la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba en el año 2021.

En la tabla 13 se presenta el resumen del modelo, en el cual se obtuvo un valor de R igual a 0,643 y un R² igual a 0,413, lo que muestra que la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual están correlacionados en un 64,3% con la competitividad de las PYMES de la ciudad de Riobamba, y estas variables explican un 41% la competitividad de las mismas. Adicionalmente, se observa que el valor de Durbin Watson se encuentra cercano a 2, lo cual sumado a los valores estimados de R y R² muestran un ajuste adecuado del modelo estimado.

Tabla 13
Resumen del modelo.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
2	,643 ^b	0,413	0,407	0,398	1,757

Nota: b: Predictores: Responsabilidad social empresarial, capital intelectual y constante. (segunda estimación).

Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

En la tabla 14 se encuentran los resultados del modelo, donde se observa que el mismo cumple con los supuestos básicos de estimación; es decir, cumple una distribución normal, pues la prueba de Kolmogorov Smirnov presenta un p-valor $> 0,05$; los residuos del modelo son independientes, la prueba de Rachas presenta un p-valor $> 0,05$ y finalmente, mediante la estimación de los residuos no estandarizados se estableció que estos presentan una p-valor $> 0,05$ lo que indica que los residuos son homogéneos en varianza. (véase anexo 5)

Tabla 14
Resultados de la regresión lineal múltiple.

Variable dependiente	Competitividad
Variables explicativas	Coefficientes estimados
Constante	1,384*** (5,574)
Responsabilidad social empresarial	0,348*** (5,795)
Capital Intelectual	0,271*** (3,344)
Kolmogorov Smirnov (Normalidad)	0,053
Rachas (independencia)	0,039
Residuos ANOVA (homocedasticidad)	pvalor $>0,05$
N observaciones	198

Nota: ***prob <0.01 ; ** prob <0.05 ; *prob <0.1 , estadístico t entre paréntesis.

Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

De la tabla 14 se puede interpretar que: i) Aproximadamente el 34,8% de la competitividad de las PYMES se debe a la responsabilidad social empresarial, la cual genera un efecto positivo y significativo con un estadístico t de 5,795 a una significancia menor a 0,01. ii) el capital intelectual afecta de manera positiva y significativa en un valor del 27,1% a la competitividad de las PYMES, con un valor t de 3,344 y una significancia menor a 0,01. Adicionalmente se observa que el factor de inflación de varianza (VIF) es menor a diez, por lo que se descarta problemas de multicolinealidad.

Para dar una mayor relevancia al estudio, se procedió a estimar los efectos de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual sobre la competitividad de las PYMES al establecer dos submuestras por tipo de empresa. La primera estimación basada

en el tipo de empresa mediana que contiene 55 observaciones se obtuvo un R igual a 0,715 y un R² igual a 0,511. La segunda estimación con la submuestra de empresas pequeñas que contiene 143 observaciones tiene un R igual a 0,583 y un R² igual a 0,340 (tabla 15).

Tabla 15

Resumen de los modelos de las submuestras.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
Submuestra empresas medianas (55 observaciones)	0,715	0,511	0,502	0,304
Submuestra empresas pequeñas (143 observaciones)	0,583	0,340	0,331	0,419

Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

Por consiguiente, se estimó los modelos para cada submuestra y cuyos resultados se encuentran en la tabla 16. En cuanto al modelo estimado tomando en cuenta únicamente la empresa mediana se determinó que la variable capital intelectual no es significativa al 5%, por la que el método de pasos sucesivos la excluye del modelo. De esta manera, en este modelo se diría que la responsabilidad social empresarial explica la competitividad en un 45,3%, mostrando un efecto positivo y significativo sobre esta.

En cuanto al modelo estimado tomando en cuenta las empresas pequeñas se observa que las variables responsabilidad social empresarial y el capital intelectual generan un efecto positivo y significativo sobre la competitividad con un valor de 30,5% y 30,7% respectivamente.

Tabla 16

Regresiones lineales múltiple por tipo de empresa.

Modelo	Variable dependiente	Competitividad
	Variabes explicativas	Coefficientes estimados
submuestra empresas medianas (55 observaciones)	Constante	2,260*** (8,755)
	Responsabilidad empresarial	0,453***(7,443)
submuestra empresas pequeñas (143 observaciones)	Constante	1,340***(4,199)
	Responsabilidad empresarial	0,305***(4,133)
	Capital intelectual	0,307***(3,147)

Nota: ***prob<0.01; ** prob<0.05; *prob<0.1, estadístico t entre paréntesis.

Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

Debido a que los predictores estimados en los modelos con submuestras presentan un menor ajuste que el modelo general, se estableció a este como el modelo de mejor ajuste, y cuya estructura algebraica se la representa de la siguiente manera:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (\text{Ecuación 2})$$

$$\text{Competitividad} = 1,384 + 0,348 * \text{responsabilidad social empresarial} + 0,271 * \text{capital intelectual}$$

Teniendo en cuenta que el promedio de respuesta de la responsabilidad social empresarial es de 3,92 y del capital intelectual de 4,22 se puede estimar un efecto general sobre la competitividad.

$$\text{Competitividad} = 1,384 + 0,348 * (3,92) + 0,271 * (4,22)$$

$$\text{Competitividad} = 1,384 + 1,364 + 1,143$$

$$\text{Competitividad} = 3,891$$

De esta manera, se puede establecer que la competitividad de las PYMES de la ciudad de Riobamba analizadas en función de la responsabilidad social empresarial y del capital intelectual presenta una media de 3,891, teniendo una tendencia al 4, lo cual significa que su nivel de cumplimiento en las empresas es “casi siempre”, ya que, se encuentra medido en una escala de Likert, en dónde, 1 es nunca, 2 casi nunca, 3 a veces, 4 casi siempre y 5 siempre.

4.5. Interpretación de parámetros obtenidos

Para la estimación del modelo econométrico se utilizó un modelo de regresión lineal múltiple a través del método de pasos sucesivos, utilizando el paquete estadístico SPSS 25, por lo que, para la interpretación de los parámetros obtenidos, se obtuvo que:

- β_0 , es el término constante de la ecuación el cual presenta un valor de 1,384. Esto quiere decir que cuando la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual

toman un valor de 0, la competitividad aumenta en 1,384, por lo que, el modelo indica una correlación positiva entre las variables.

- β_1 , tiene un valor de 0,348, lo que significa que por cada unidad que aumente la RSE, la competitividad se incrementa en un 0,348, demostrando una relación positiva.
- β_2 , indica un valor de 0,271, es decir que, un aumento por cada unidad de CI, la competitividad en promedio tendrá un aumento del 0,271, teniendo una relación positiva.
- X_1 (responsabilidad social empresarial) al estimar las medias presenta un valor de 3,92.
- X_2 (capital intelectual) de igual forma, al estimar las medias indica un valor de 4,22.
- e componente aleatorio (residuos).

4.6. Discusión de resultados

Con base en los resultados obtenidos de la estimación econométrica en la investigación se obtuvo una correlación positiva y significativa entre las variables responsabilidad social empresarial y capital intelectual con la competitividad, por lo tanto, son parámetros importantes para las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Riobamba, ya que como lo mencionan Lungu et al. (2014) al implementar estrategias de RSE y CI, las empresas u organizaciones llegarán a obtener beneficios medioambientales, económicos y sociales.

Es por ello que, en relación a las hipótesis formuladas en la investigación, al obtener los resultados finales, se acepta la H_1 , indicando que la responsabilidad social empresarial, tiene influencia en el nivel de competitividad, concordando con los resultados expuestos por Mayorga et al. (2016), donde al implementar e involucrar una adecuada responsabilidad social empresarial se verán reflejados en el aumento de la competitividad y posicionamiento en el mercado, y a la vez se acepta la H_2 , determinando que, el capital intelectual, tiene influencia en el nivel de competitividad en las PYMES de la ciudad de Riobamba, periodo 2021, respaldado por el estudio de Limache (2017) demostrando una fuerte relación entre el capital intelectual y la aplicación correcta de sus componentes con la competitividad.

Además, los resultados contrastan con los de Olarte (2017) explicando que al aplicar adecuadamente las dimensiones de RSE las empresas llegan a tener beneficios, los cuales contribuyen de manera positiva a la competitividad, y así logran ventajas sostenibles al largo plazo que aportan a una mayor reputación corporativa. Asimismo, Villamizar et al. (2016) mencionan que el capital intelectual representa una variable importante para generar ventaja competitiva que permite el logro de objetivos de las empresas, mediante diferentes recursos intangibles y, en forma similar con los resultados de Rangel et al. (2013) que establece una relación significativa con la innovación y el capital intelectual en la competitividad.

En este sentido, se acepta lo señalado por la literatura, ya que, según Musibah y Alfattani (2013) tanto la RSE y el CI tienen una relación positiva, siendo fuentes de ventajas competitivas para las empresas, debido a que, conjuntamente son asociadas con un aumento en la productividad, en el rendimiento y en el éxito competitivo, tomando en consideración la teoría de los stakeholders, ya que las empresas al tener relaciones cercanas con los involucrados tendrán éxito y ventaja competitiva, llegando a ser estrategias de diferenciación.

También, dentro del análisis descriptivo mediante la evaluación de baremos, niveles y rangos de las dimensiones, factores y tipos de cada una de las variables, se obtuvo que tanto las pequeñas y medianas empresas son altamente competitivas en la gestión comercial pero tienen un nivel medio en factores externos, por otro lado, las pequeñas empresas indican un nivel medio de competitividad en los siguientes factores: gestión administrativa, financiera, de producción, ciencia y tecnología, mientras que las medianas empresas poseen un nivel alto de competitividad en las mismas.

Por otro lado, la responsabilidad social empresarial medida en dimensiones indica un alto porcentaje en valores y coherencia, en público interno y relación con proveedores tanto para las pequeñas y medianas empresas, también se presenta un nivel medio en relación con consumidores, con la comunidad y el medioambiente para las pequeñas empresas, en cambio para las medianas se evidencia un nivel alto en las mismas dimensiones. Para el capital intelectual, existe mayor contribución por parte del capital relacional, capital humano y capital estructural. Manteniendo un fuerte respaldo con el estudio presentado por Shahzad et al. (2021).

Por ende, el supuesto presentado por Aguilera et al. (2014), coincide con el estudio llevado a cabo, debido a que la RSE y el capital intelectual tienen efectos significativos en la competitividad de las PYMES. Considerando que el problema principal son los cambios económicos, sociales, culturales y medio ambientales. Así, el éxito o el fracaso de una organización depende de la calidad de las interacciones de sus miembros, por esta razón, una fuerza laboral proactiva y bien capacitada, es una de las claves del éxito de una organización.

Del mismo modo la investigación realizada por Gallardo et al. (2019), concuerda con el estudio elaborado ya que, se llegó a la conclusión de que las organizaciones pueden dirigir sus esfuerzos para diferenciarse más claramente de la competencia y adquirir ventajas competitivas humanas y relacionales, aplicando iniciativas de RSE y mayor inversión en el capital intelectual para así tener un éxito empresarial a largo plazo, con la diferencia de tomar a la competitividad como fuente de legitimidad.

En síntesis, al analizar las investigaciones más actuales, se evidencia que las variables estudiadas tienen mucha importancia en los últimos tiempos para incrementar la competitividad, ya que tanto las pequeñas y medianas empresas en el mundo moderno se deben adaptar a un nuevo modelo empresarial con la finalidad de tener mayor responsabilidad con la empresa y la sociedad y así, atender con facilidad aspectos ambientales, laborales y sociales. Según Duque et al. (2013) es importante aplicar un nuevo modelo de gestión organizacional propiciando el debate en torno al papel de la empresa en la solución de necesidades y demandas sociales obligando a las entidades públicas y privadas a formular normativas, políticas y decretos entorno a temas que involucren a los grupos de interés.

Asimismo, es primordial mencionar que el uso de estas dos variables de manera conjunta, llegan a ser importantes de aplicar para la competitividad en tiempos de crisis, y así mejorar aspectos indispensables en la productividad de una empresa, ya que como lo indican Valenzuela et al. (2015), “se debe buscar nuevos paradigmas administrativos que conduzcan a la superación de las crisis actuales”.

CAPÍTULO V

5.1. CONCLUSIONES

- Las dimensiones establecidas por la responsabilidad social empresarial entre ellas; valores y coherencia, público interno, relación con proveedores, consumidores, con la comunidad y medioambiente, ayudan para que las PYMES tengan la oportunidad de aplicar iniciativas socialmente responsables que puedan garantizar una sostenibilidad a largo plazo, y, por otro lado, los componentes del capital intelectual siendo, capital humano, estructural y relacional, llegan a ser activos intangibles que permiten a las empresas seguir en marcha. Principalmente, para explicar a la competitividad con las variables estudiadas, existe una articulación fuerte con las siguientes teorías: la teoría de los stakeholders menciona el tener una relación cercana con los involucrados internos como externos con el fin de tener ventajas competitivas en el mercado, y, para la teoría de recursos y capacidades en la actualidad las empresas consideran valores estratégicos a la RSE y el CI, ya que son consideradas como estrategias de diferenciación.
- En el análisis descriptivo con base en la evaluación de baremos, niveles y rangos se obtuvo que las PYMES para el 2021, son altamente competitivas en la gestión comercial (73%), con un nivel medio en factores externos (65 %), pero con un nivel bajo de competencia en el área de ciencia y tecnología (7%). Para la responsabilidad social empresarial la dimensión con una alta aplicabilidad fue la de valores y coherencia (85%), seguida con un nivel medio la relación con los proveedores (40%) y en un nivel bajo la dimensión medioambiente (18%), debido a la falta de nuevas políticas, prácticas y diseño de sistemas para una sostenibilidad a largo plazo. En cambio, para el capital intelectual los componentes con mayor participación fueron el capital relacional (90%) y el capital estructural (85%) y con un nivel medio, el capital humano (37%).
- Mediante la aplicación del modelo de regresión lineal múltiple a través del método de pasos sucesivos, se obtuvo una correlación positiva y significativa entre las variables responsabilidad social empresarial y capital intelectual; por lo que, son parámetros importantes para las PYMES de la ciudad de Riobamba y juntas

representan la competitividad en el 41%, con una media de 3,891, teniendo una tendencia al 4, representando un nivel de cumplimiento de “casi siempre”.

5.2. RECOMENDACIONES

- Para futuras investigaciones se sugiere considerar las teorías que relacionan a la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual como elementos que ayudan a las empresas a generar ventajas competitivas en el mercado, como estrategias de diferenciación, entre ellas se hace mención a la teoría de los stakeholders, y, la teoría de recursos y capacidades, otra perspectiva de investigación puede ser desde un enfoque jurídico o normativo.
- Se recomienda a las autoridades de la ciudad de Riobamba, generar espacios de capacitación, donde les permitan a las PYMES crear un nuevo modelo de gestión empresarial, con la finalidad de fortalecer el conocimiento de los gerentes o dueños de las mismas, y a su vez, conozcan de las nuevas necesidades de los principales grupos de interés relacionados con su empresa, generando así una ventaja competitiva en el sector o industria y el mercado local. De la misma manera, para el sector privado, es importante llevar a cabo mesas de diálogo entre sus directivos, con el objetivo de realizar un diagnóstico interno y externo de la empresa, para así aplicar eficientemente cada una de las variables estudiadas, y tener un alto nivel de competitividad en el mercado.
- El presente estudio propone nuevas vías de investigación, en donde exista un tamaño muestral a nivel zonal o nacional, además estratificar a los sectores económicos de manera equitativa y de esa forma determinar el grado de competitividad que se presenta en cada uno, y así conocer con exactitud la aplicabilidad de sus estrategias con respecto a la RSE y el CI.

REFERENCIAS

- Aguilera, L., Cueva, H. & Hernández, O (2014). Impacto de la responsabilidad social y el capital intelectual en la competitividad de las pymes manufactureras de Aguascalientes. *Revista de Economía, Facultad de Economía, Universidad Autónoma de Yucatán*, 31 (83), 129-129. <https://doi.org/10.33937/reveco.2014.51>
- Aguilera, A. & Puerto, P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y gestión*, (32), 1-26. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2236>
- Álvarez, E., Paladines, L., Montero, C. & Arce, M. (2020). Aplicación de la responsabilidad social empresarial en las empresas ecuatorianas en la última década. *Centro Sur*, 4 (2), 190-204. <https://doi.org/10.37955/cs.v4i2.77>
- Alzate, A. (2019). La responsabilidad social y su relación con el éxito competitivo: una validación cultural del instrumento de medida. *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 13(1), 24-34
- Aslam, S., Ahmad, M., Amin, S., Usman, M., & Arif, S. (2018). The impact of corporate governance and intellectual capital on firm's performance and corporate social responsibility disclosure. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 12(1), 283-308.
- Baño, D., Oleas, J., & Ricaurte, P. (2017). Evolución de las pymes de la ciudad de Riobamba mediante análisis multivariado en las competencias de la gestión empresarial. *Comercio y Negocios*, (7) 47-60.
- Barnett, L. (2019). The business case for corporate social responsibility: A critique and an indirect path forward. *Business and Society*, 58 (1), 167–190. <https://doi.org/10.1177/0007650316660044>
- Barrena, J., López, M. & Romero, M. (2016). Efectos de las políticas de recursos humanos socialmente responsables en el capital intelectual. *Intangible Capital*, 12 (2), 549-590. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.738>
- Benavides, L. (2012). Medición, valoración y determinación del impacto del capital intelectual en la generación de valor en la empresa. *Tendencias*, 13 (1), 100-115.
- Benítez, M. (2012). Evolución del concepto de competitividad. *Ingeniería Industrial. Actualidad y nuevas tendencias*, 3 (8), 75-82.
- Boscán M., y Sandra M., (2015), Gestión del capital intelectual en las empresas manufactureras del sector plástico zuliano. *Revista Digital Revicyhluz. Revista Arbitrada. Formación Gerencial*, Año 14 N° 1, Mayo 2015. ISSN 1690-074X. Consultado en: <https://goo.gl/6Ju8I2>

- Carranco, R. (2017). LA APORTACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA. *Revista Ciencia Administrativa*, 2017(2), 146-158.
- Chtourou, H. & Mohamed, T. (2017). Commitment in corporate social responsibility and financial performance: a study in the Tunisian context. *Social Responsibility Journal*, 13 (2), 370-389. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2016-0079>
- Confederación de la Producción y del Comercio (2011). Manual de RSE para PYMES. http://www.bibliotecavirtualrs.com/wp-content/uploads/2011/04/Guia_RSE_NUEVA_prohumana.pdf
- Delgado, D. & Chávez, G. (2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 18
- Delgado M., Castro G., Navas, J. & González, J. (2011). Capital social, capital relacional e innovación tecnológica. Una aplicación al sector manufacturero español de alta y media-alta tecnología. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(4), 207-221. <https://doi.org/10.1016/j.cede.2011.04.001>
- De Castro, M. (2005). La Responsabilidad Social de las Empresas, o un nuevo concepto de empresa. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53), 29-51.
- De la Garza, H., Félix, M. & Tovar, Y. (2015). El Capital Intelectual y su importancia en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del Centro del Estado de Tamaulipas, México. *Revista Nacional de Administración*, 6(1), 63-80. <https://doi.org/10.22458/rna.v6i1.717>
- Duque, Y., Cardona, M. & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de administración*, 29(50), 196-206. <https://doi.org/10.25100/cdea.v29i50.55>.
- Edvinsson, L. & Malone, M. S. (1999). El capital intelectual. Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa. Ed. Gestión 2000, Barcelona.
- Farah, A., & Abouzeid, S. (2017). The impact of intellectual capital on performance: Evidence from the public sector. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*, 9(2), 225-238. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2017.09.013>
- Galán, J. (2006): "Corporate Social Responsibility and Strategic Management", *Journal of Management Studies*, 43(7), 1629-1641. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00655.x>

- Gallardo D. & Castilla F. (2015). Responsabilidad social corporativa y capital intelectual en las organizaciones. *In Congreso AECA, 10*.
- Gallardo, D., Valdez, L. & Lizcano, J. (2019). Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital: Sources of competitiveness and legitimacy in organizations' management practices. *Sustainability, 11*(20), 5843.
<https://doi.org/10.3390/su11205843>
- García, J., Arregui, G., Rodríguez, A. & Vallejo, B. (2010). Motivos externos e internos para la valoración financiera de los intangibles: antecedentes y consecuentes. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa 16*(3): 145-171.
[https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60039-2](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60039-2)
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics, 53* (1), 51-71
<https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.9058734>
- Gujarati, D. & Porter, D. (2010). *Econometría* (5ta ed.). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Ibarra, M., González, L. & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos, 18*(35), 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Jain, P., Vyas, V. and Roy, A. (2017), "Exploring the mediating role of intellectual capital and competitive advantage on the relation between CSR and financial performance in SMEs", *Social Responsibility Journal*, Vol. 13 No. 1, pp. 1-23.
<https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2015-0048>
- Javed, M., Hussain, G., Amir, M. & Yasir, H. (2020). The effects of corporate social responsibility on corporate reputation and firm financial performance: Moderating role of responsible leadership. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 27*(3), 1395-1409. <https://doi.org/10.1002/csr.1892>
- Jiménez, M. (2006). Modelo de competitividad empresarial. *Umbral Científico, 9*(9), 115-125
Universidad Manuela Beltrán. Bogotá, Colombia
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la. Ciudad de México: Mc Graw Hill, 12, 20.*
- León., M., Baptista, M. & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *In Forum Empresarial, 1* (17), 31-63.
<https://doi.org/10.33801/fe.v17i1.3745>

- León, A., & Mancheno, M. J. (2017). Componentes del capital intelectual un enfoque hacia la innovación de las organizaciones. *Revista Publicando*, 4(12 (2)), 302-314.
- Limache, E. (2017). Capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES en Tacna-Perú. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 33 (84), 504-535.
- López, M, Zaragoza, P, Claver, E, & Molina, J. (2011). Sustainable development and intangibles: Building sustainable intellectual capital. *Business Strategy & the Environment*, 20 (1), 18-37. <https://doi.org/10.1002/bse.666>
- Lombana, J., & Rozas Gutiérrez, S. (2009). Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento y gestión*. (26), 1-38.
- Lungu, C., Cariani, Ch. & Dascalu, C. (2012) “Intellectual Capital Research through Corporate Social Responsibility: (Re) Constructing the Agenda”. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 6 (4): 50-57.
- Nonaka, I. (1991). The knowledge creating company. *Harvard Business Review*. 96-104.
- Martínez, J. & Arreola, R. (2017). “De la teoría a la práctica: Las pymes como herramienta en la economía de México y en la creación de empleos”, *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*.
- Mayorga, P., Sánchez, J. y González, E. (2016). La responsabilidad social y los impactos que influyen en la competitividad de las pymes manufactureras de Guadalajara. *Mercados y Negocios*, (30), 65-90.
- Musibah, A. & Alfattani, W. (2013) “Impact of Intellectual Capital on Corporate Social Responsibility Evidence from Islamic Banking Sector in GCC”. *International Journal of Finance and Accounting*, 2(6): 307-311.
- Ochoa, M., Prieto, M. & Santidrián, A. (2012). Una revisión de las principales teorías aplicables al capital intelectual. *Revista nacional de administración*, 3(2), 35-48. <https://doi.org/10.22458/rna.v3i2.486>
- OECD/CAF (2019). América Latina y el Caribe 2019: Políticas para PYMES competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur. OECD Publishing. Paris.
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F. & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de ciencias sociales*, 26 (3), 175-193. <https://doi.org/10.31876/rsc.v26i3.33241>
- Pardo, M., Armas, R. & Higuerey, A. (2018). La influencia del capital intelectual sobre la rentabilidad de las empresas manufactureras ecuatorianas. *Revista Espacios*, 39 (51).

- Pavón, L. (2016). Inclusión financiera de las pymes en el Ecuador y México. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40848/S1601083_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peñaflor, S. & Avilés, M. (2016). Los recursos humanos bajo el enfoque de la teoría de los recursos y capacidades. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 24(2), 133-146. <https://doi.org/10.18359/rfce.2216>
- Pérez, M., Espinoza, C. & Peralta, M. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8 (3), 169-178.
- Pérez, A., & Pelayo, J. (2016). El capital intelectual en la agroempresa familiar cooperativa. *Investigación administrativa*, 45(118).
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, 84(12), 78-92.
- Rangel, J., Enríquez, L. & González, M. (2013). La innovación y el capital intelectual: factores de competitividad en la pyme manufacturera. *Mercados y Negocios* (28), 151-168. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i28.5251>
- Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. 593 *Digital Publisher CEIT*, 5 (5), 191-200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Salamanca, P., Gutiérrez, J. & Uribe, E. (2016). La responsabilidad social y los impactos que influyen en la competitividad de las pymes manufactureras de Guadalajara. *Mercados y Negocios*, (30), 65-90
- Sánchez, L. (2016). La responsabilidad social empresarial: Teorías que fundamentan su aplicabilidad en Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 3 (6), 167-186.
- Sandoval, E. (2017). Capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES en Tacna-Perú. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (84), 504-535.
- Serna, E., & Arias, A. (2014). Aproximaciones teóricas a la relación entre responsabilidad social empresarial y competitividad. *Trayectos iniciales. Páginas: Revista académica e institucional de la UCPR*, (96), 39-52.
- Serrano, M. (2012). La responsabilidad social y la norma ISO 26000. *Revista de Formación Gerencial*, 11(1), 102-119.
- Shahzad, F., Baig M., Rehman, I., Saeed, A. & Asim, G. (2021). ¿La eficiencia del capital intelectual explica la relación entre compromiso de responsabilidad social corporativa y desempeño de la empresa? *Evidencia del desempeño ambiental, social*

- y de gobierno de las empresas estadounidenses que cotizan en bolsa. Revisión de Borsa Estambul.
- Strandberg, L. (2010). La medición y la comunicación de la RSE: indicadores y normas. Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. *Business School, Universidad de Navarra*, (9). <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0322.pdf>
- Suárez, M. (2020). Las pequeñas y medianas empresas de la era digital. *RILCO DS: Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*. (7), 7.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020). Empresas sujetas al control de la superintendencia de compañías, valores y seguros. Basada en información entregada del ejercicio económico del 2020 – Compañías Activas <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>
- Tinoco A., Arango J., & Benavides, O. (2012). Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial. *Revista Panorama Económico. Cartagena (Colombia)*. 20 (12) 189-220
<https://doi.org/10.32997/2463-0470-vol.20-num.0-2012-344>
- Urdanibia, A. Pardo, A. & Ruiz, A. (2005). Análisis de datos con SPSS 13 Base. Madrid, España: McGraw Hill.
- Valenzuela, L., Linares, M. & Suárez, Y. (2015). Una aproximación teórica y bibliométrica a la Responsabilidad Social Empresarial (1971-2015): Análisis mundial, latinoamericano y colombiano. *Lúmina*, 16, 168-193.
<https://doi.org/10.30554/lumina.16.1673.2015>
- Vázquez, G., Guerrero, J. & Núñez, T. (2014). Gestión de conocimiento, capital intelectual y competitividad en pymes manufactureras en México. *Revista Retos*, 7 (1), 29-43.
<https://doi.org/10.17163/ret.n7.2014.04>
- Villamizar, Y., Quiñones, E., & Carruyo, N. (2016). Capital intelectual: modelo estratégico para la calidad de servicio en organizaciones inteligentes. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 12(35), 3-17.
- Vives, A. & Peinado, E. (2011). La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-Am%C3%A9rica-Latina-Manual-de-Gesti%C3%B3n.pdf>
- Yance, C., Solís, L., Burgos, I. & Hermida, L. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (232).

ANEXOS

Anexo 1. Estudios similares con utilización de herramientas econométricas.

Estudio	Herramientas econométricas utilizadas	Resultados obtenidos
<p>Título: La responsabilidad social y los impactos que influyen en la competitividad de las pymes manufactureras de Guadalajara.</p> <p>Autor: Salamanca et al. (2016).</p>	<p>Modelo de ecuaciones estructurales (MEC)</p> <p>Variables:</p> <p>Y: Competitividad.</p> <p>Factores: desempeño financiero, costos y tecnología.</p> <p>X: Responsabilidad Social.</p> <p>Factores: implementación, sociopolítico ambiental, involucramiento y beneficios.</p>	<p>En la investigación los resultados obtenidos demuestran que la responsabilidad social empresarial tiene efectos significativos en la competitividad de las PYMES manufactureras de Guadalajara, aceptando las ocho hipótesis planteadas en relación a sus factores, dado que cada una de ellas impactan directamente sobre la competitividad.</p>
<p>Título: La responsabilidad social y su relación con el éxito competitivo: una validación cultural del instrumento de medida.</p> <p>Autor: Alzate (2019).</p>	<p>Modelo Estructural</p> <p>Correlación de Pearson entre variables</p> <p>Variables:</p> <p>Y: Responsabilidad social empresarial.</p> <p>X_1: Desempeño.</p> <p>X_2: Éxito competitivo.</p>	<p>En el estudio se evidencian resultados positivos, identificando que las prácticas de responsabilidad social tomada como variable dependiente representa desempeño y éxito competitivo en relación a problemas sociales, económicos y medioambientales.</p>
<p>Título: Capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES en Tacna-Perú.</p> <p>Autor: Limache (2017).</p>	<p>Estadística descriptiva, el análisis de correlación, regresión y la estadística multivariada.</p> <p>Variables:</p> <p>Y: Competitividad.</p> <p>X: Capital Intelectual.</p> <p>Factores: Capital humano, capital relacional y capital estructural.</p>	<p>Los resultados demuestran que se permite validar la correlación significativa entre la relación que existe en las variables competitividad y capital intelectual con sus respectivas dimensiones, siendo, capital humano, capital estructural y capital relacional, de la misma manera, se evidencia que hay una interdependencia entre las variables mencionadas, por lo cual se puede concluir que no se pueden analizar por separado.</p>
<p>Título: La innovación y el capital intelectual: factores de competitividad en la pyme manufacturera.</p> <p>Autor: Rangel et al. (2013).</p>	<p>Análisis de ecuaciones estructurales.</p> <p>Variables:</p> <p>Y: Competitividad.</p> <p>X_1: Innovación.</p> <p>X_2: Capital Intelectual.</p>	<p>En los resultados de la investigación se evidenció la relación existente entre las variables, obteniendo que la innovación y el capital intelectual inciden significativamente en la competitividad.</p>

Nota. La tabla muestra los resultados de diferentes estudios aplicados en distintos países.

Anexo 2. Encuesta.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA

**Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial y el Capital Intelectual en la
 Competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021.**

Objetivo: Recopilar información de las PYMES de la ciudad de Riobamba, para determinar el nivel de competitividad en relación a la RSE y el Capital Intelectual.

Instrucciones: Marque con una X, en pertinencia de su pequeña y mediana empresa, considerando que: 1 Nunca, 2 Casi nunca, 3 A veces, 4 Casi siempre, 5 siempre.

Nota: La información proporcionada es con fines académicos y se manejará bajo los criterios de confidencialidad.

BLOQUE 1 INTRODUCTORIO					
Género: Femenino () Masculino ()					
Nivel de estudio dueño/gerente: Primaria () Secundaria () Superior pregrado () Superior posgrado ()					
Tamaño de la empresa: Pequeña () Mediana ()					
Años de funcionamiento: De 1 a 5 años () De 6 a 10 años () De 11 a 15 años () De 16 en adelante ()					
BLOQUE 2: COMPETITIVIDAD					
Gestión Administrativa: Se enfoca en el conjunto de actividades, acciones y tareas planteadas en el plan estratégico de una empresa.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
1. La empresa cuenta con un plan estratégico, en donde se encuentran definidos los siguientes aspectos; misión, visión, valores, objetivos, políticas, organigrama, manuales y resultados.					
Gestión Comercial: Incluye todas las acciones destinadas a promover las propuestas comerciales de la empresa.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
2. La empresa oferta productos o servicios con un valor añadido a diferencia de su competencia.					
3. La empresa tiene una política de precios estable en el tiempo.					
4. La empresa aplica mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados, seguimiento de tendencias o e-commerce.					

5. La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y canales de comercialización.					
Gestión Financiera: Es uno de los indicadores que mide el éxito de una empresa en términos de rentabilidad, establecido en un periodo de tiempo.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
6. El Retorno de la Inversión ha sido muy bueno en los últimos tres años.					
7. Las ventas han sido muy buenas en los últimos tres años.					
8. Las deudas han disminuido significativamente en los últimos tres años.					
9. Los créditos contratados en los últimos tres años han sido a tasas preferenciales.					
Gestión de Producción: Indica la utilización de técnicas y métodos en relación a la materia prima, insumos y producción en la competitividad de la empresa.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
10. Los costos de los productos y/o servicios afectan la competitividad de la empresa.					
11. La empresa cuenta con la infraestructura adecuada para el desarrollo de las actividades de producción y/o servicios.					
12. La empresa cuenta con indicadores de medición y evaluación del nivel de productividad (sistema de inventarios).					
Ciencia y Tecnología: Para identificar el impacto de esta variable, la empresa debe tener aspectos orientados a la innovación, el desarrollo y la investigación, que a su vez se usen correctamente.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
13. La empresa desarrolla nuevos productos y/o servicios.					
14. La empresa cuenta con patentes de sus productos y/o servicios.					
15. La empresa tiene una reputación superior a sus principales competidores debido a su alto nivel de innovación.					
Factores Externos: Mide la influencia de cambios económicos nacionales e internacionales que puedan afectar al éxito de la empresa.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
16. La empresa está informada y preparada para el impacto que tienen los cambios económicos internacionales y nacionales (la inflación, los aumentos en los salarios mínimos, los cambios en la tasa de interés, entre otros) sobre las ventas y el negocio en general.					
BLOQUE 3: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL					
Valores y Coherencia: Considera los procedimientos y políticas orientados a prácticas éticas y transparentes.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
17. La empresa ha definido y difundido sus valores, como guía de cada accionar y son respetados por todos sus miembros.					
18. En la empresa se ha creado un código de ética que guíe las acciones y la forma en cómo deben relacionarse en términos éticos con su público de interés (comunidad, clientes, proveedores y trabajadores).					

19. En la empresa se presenta un Balance General al Servicio de Rentas Internas (SRI), cumpliendo con las obligaciones tributarias correspondientes.					
20. La empresa, publica resultados del Balance General o informes financieros, con veracidad ya sea de manera interna como externa.					
21. La empresa participa en agrupaciones o asociaciones empresariales de la misma actividad económica, para así establecer buenas relaciones con la competencia.					
Público Interno: Consiste en el análisis de la empresa, para identificar aspectos relacionados con la participación de los empleados para mejorar su calidad de vida.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
22. En la empresa se promueve la existencia de un clima laboral sano, participativo, transparente, respetuoso y comunicativo.					
23. En la empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios y objetivos, transparentes e igualitarios.					
24. En la empresa existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador.					
25. En la empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a los trabajadores.					
26. En la empresa se han generado mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación, inclusión de grupos desfavorecidos o vulnerables, tales como personas discapacitadas.					
Relación con Proveedores: Mide las políticas de relación a largo plazo con sus proveedores.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
27. La empresa antes de seleccionar a sus proveedores realiza procesos de evaluación.					
28. En la empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.					
29. En la empresa se ha exigido que las empresas contratistas o subcontratistas informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión, e higiene y seguridad.					
Relación con los Consumidores: Implica la satisfacción con los clientes para de tal forma medir la fidelidad y la reputación corporativa.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
30. En la empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias.					
31. En la empresa se han realizado encuestas para recoger la satisfacción de los clientes.					
32. En la empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.					
Relación con la Comunidad: Es el mecanismo que permite conocer la aplicación de actividades e interacciones que ponen en marcha un programa social, es decir mide las contribuciones activas y voluntarias de la empresa a la mejora social encaminadas a mejorar su situación competitiva.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
33. La empresa ha generado iniciativas orientadas a apoyar causas sociales, diseñado proyectos de inversión social con la comunidad.					
34. La empresa ha organizado actividades con la comunidad en las que han participado trabajadores.					
	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre

Medioambiente: Evalúa el impacto que tiene la empresa en relación al medio ambiente y su aplicación de nuevas políticas, prácticas y diseño de sistemas para una sostenibilidad a largo plazo.					
35. La empresa ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.					
36. En la empresa se ha implementado prácticas ambientales, formas de ahorro energético, uso eficiente del consumo de agua, medidas para optimizar el uso de materias primas o insumos en general y manejo adecuado de residuos o desechos.					
37. En la empresa se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución.					
BLOQUE 4: CAPITAL INTELECTUAL					
Capital Humano: Determina el aporte de los empleados a la empresa conforme a su conocimiento, creatividad, experiencia, habilidades y ética.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
38. Los empleados tienen la titulación necesaria para realizar su trabajo con eficiencia.					
39. Los empleados se destacan por sus habilidades y experiencia para desempeñar con éxito y creatividad su trabajo.					
40. El tiempo de permanencia de los empleados de la empresa depende de su nivel de preparación.					
41. Los empleados se identifican con los valores de la organización.					
42. Los empleados desarrollan nuevas ideas y conocimientos.					
43. Un porcentaje importante de la nómina de empleados tiene acceso a planes de incentivos en la organización.					
Capital Estructural: Hace referencia al conocimiento explícito, innovación constante, cultura corporativa, cooperación interna, instrumentos de gestión y optimización de procesos.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
44. La empresa posee un alto grado de competencia en técnicas informáticas.					
45. La empresa utiliza de modo rutinario sistemas informáticos para realizar el trabajo.					
46. La organización guarda parte de su conocimiento en bases de datos, manuales e intranet.					
47. La organización posee conocimiento y habilidad para vincular objetivos operacionales y metas con planes de compensación.					
48. La empresa tiene procedimientos estándar para atender quejas de los clientes.					
49. Los empleados tienen un alto sentido de compromiso con la empresa.					
50. Existe comunicación y confianza entre directivos y empleados.					
51. Empleados y directivos hacen verdaderos esfuerzos por resolver problemas en común.					
Capital Relacional: Mide las relaciones que tiene la empresa con los clientes, proveedores, instituciones e inversores.	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre
52. Los contactos laborales con los clientes son bastante cercanos.					
53. Las relaciones de la empresa con los clientes por lo general son a largo plazo.					

54. La empresa posee una cartera amplia de clientes frecuentes.					
55. Las relaciones de la empresa con los proveedores por lo general son a largo plazo.					
56. La empresa tiene habilidades para establecer alianzas sólidas.					

GERENTE O PROPIETARIO
CI:

Nombre de la Empresa:.....

Fecha de Realización de la Encuesta:

Encuestadora:

Anexo 3. Pequeñas y medianas empresas muestra de la ciudad de Riobamba.

Nº	Nombre de la Empresa encuestada	Dirección
1	ENGINEERS GROUP S.A	Av. 11 de Noviembre y Kigman
2	ABARCA SEGURIDAD ABARCOMSEG CIA LTDA	Mariana de Jesús y Ulpiano Pérez
3	SERVICIOS MEDICOS PAZMIÑO & MENDEZ CIA. LTDA.	Av. Leopoldo Freire y Lisboa
4	MENDOZA ANDRAMULO& ASOCIADOS	Guayaquil 17-17 entre Alvarado y Benalcázar
5	ANETA	Av. La Prensa 18-77 Y Reina Pacha
6	AUTOMOTORES LATINA	Av. La Prensa Solar 14 S/N y Antonio Banderas
7	JARDINES MONTE SINAÍ DE FUNERARIA CALDERÓN	Guayaquil 27-12 y Pichincha
8	POLLO " EL PECHUGÓN"	Junín entre Tarqui y 5 de Junio
9	CAMPO SANTO CIUDAD ESPERANZA	Fray Astudillo y Quis Quis
10	CONSORCIO EL TROJE	Km 4 vía Riobamba a Chambo
11	FM COMPUSOLUCIONES	Guayaquil y Colón
12	HOSPITAL BÁSICO SAN MARCOS	Pichincha y Esmeraldas
13	COMERCIAL VERA	Av. Celso Rodríguez
14	RADIO 89.3	Veloz y Lavalle
15	HORNOS ANDINO	Av. José Lizaraburu y Av. 11 de Noviembre
16	GLOFFICE GLOBAL OFFICE	Veloz y Brasil
17	CENTRO DE CAPACITACION Y CONDUCCION DE MANEJO CENTERDRIVE CIA. LTDA.	Humberto Gallegos y Duchicela
18	COMISARIATO DEL CALZADO SA	Larrea y Primera Constituyente
19	LÁCTEOS SANTILLÁN	Independencia y Simón Bolívar
20	RIO TEXTILES	Urb. El Cisne Km 4 1/2
21	AROSTEGUI & AROSTEGUI CIA. LTDA.	Primera Constituyente y Carabobo
22	SACHA TEXTILES	Vicente Rocafuerte 20-38 y Guayaquil
23	RIOTELECOM NET WORKS	Av. Chile 12-40 y Joaquín Chiriboga
24	EL CORCEL NEGRO	Av. Daniel León Borja y Diego de Ibarra
25	LÁCTEOS SANTA FE	Tunshi San Miguel
26	SUPERMERCADO CAMARI_ FEPP	Tarqui 18-24 y Chile
27	FERRIAUTO	Juan de Velasco 29-18
28	MISTER BROASTY	Av. Antonio José de Sucre y México
29	CENTRO FERRETERO EL DESCUENTO	Av. Alfonso Chávez
30	COOPERATIVA DE TRANSPORTES "RIOBAMBA"	Av. La Prensa
31	BOTICA BRISTOL	Juan Larrea y Primera Constituyente
32	FANDET	José Veloz y Av Miguel Angel León
33	COMERCIAL IGLESIAS	José Veloz y Vicente Rocafuerte
34	COOPERATIVA "TRANS VENCEDORES"	Av. La Prensa
35	TRANSPORTES QUISIGUIÑA - QUISITRANS CIA. LTDA.	Francia y Ayacucho
36	AGUA LUZ	Av. Antonio Santillán y Bolívar Bonilla
37	EL ARRIERO B&C	Av. Córdova, vía a Porlón, Sector Cerro Negro
38	TRANSGAVILANEZ CIA. LTDA.	Alvarado y Pueblo Unido
39	DISTRIBUIDORA "DON POLLITO"	Barrio El Condado
40	UNIDAD EDUCATIVA GEORGE WASHINGTON	Vía a Yaruquíes
41	COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO ESTRELLA DEL CHIMBORAZO ESTRECHIMBOR S.A.	Pasaje 1 y Natali Tormen

42	EMPRESA IMPANDI	10 de Agosto y Larrea
43	PROGRESRIO CÍA. LTDA.	Argentinos y Carlos Zambrano
44	FABRITEXTILES	San Andrés y Pallatanga
45	LABORATORIO CLÍNICO SUCRE	España y Primera Constituyente
46	VARGAS ARQUITECTOS	Mariana de Jesús 2937 y Febres Cordero
47	PIM (PROVEEDORA DE INSUMOS MÉDICOS)	Larrea 17-08 y Colombia
48	S.O.S. SISTEMAS ELECTRONICOS FEPAC CIA. LTDA.	Veloz y Brasil
49	MADERKAMUEBLERIA CIA. LTDA	Orozco y Tarqui
50	ALMACENES ALVILGAV CIA. LTDA.	Velasco y Primera Constituyente
51	PAÑAECONÓMICA ALMACENES ESTRELLA IMPORESTRELLA CIA. LTDA.	Tarqui 22-07 y 10 de Agosto Chile y Pichincha
53	E&M BIENES RAÍCES	Pichincha y Ayacucho
54	LYREC	Juan XXIII y, Alfredo Pareja Diezcanseco
55	CLÍNICA VETERINARIA VET-HOUSE	Argentinos y Carlos Zambrano
56	HOTEL HACIENDA ABRASPUNGO	Araceli Gilbert y Oswaldo Guayasamín
57	L&M DE SEGURIDAD PRIVADA CIA. LTDA	Fracia y 12 de Octubre
58	CENAMYP	Av. La Prensa y Argentinos
59	INMOBILIARIA YH	Juan de Velasco y Primera Constituyente
60	RADIO TRICOLOR	Pichincha y Veloz
61	FAROTEX	Monseñor Ulpiano Pérez y García Moreno
62	TVSULTANA TVS S.A	9 de Julio 42-95 Condorazo Ed. Torres Hospital San Juan y Av. Jose Veloz
63	FASTNET CIA. LTDA.	Diego de Ibarra y Venezuela
64	CONSTRUCTORA SILVA MIRANDA	Duchicela y Procesa Toa
65	MONTECARLO	Av. de Octubre frente a la quinta Macají
66	AGROINN	10 de Agosto y Espejo
67	SERVICDENTAL CIA. LTDA.	La Paz y Junín
68	LAVANDERÍAS PROFESIONALES	Av. Circunvalación y Bogotá
69	INDUVEST	Pastaza y Tungurahua
70	HOSPITAL ANDINO	Av. Leopoldo Freire y Lisboa
71	CLÍNICA DEL TRABAJADOR CÍA. LTDA.	Washington y Avd. Félix Proaño José Joaquín Olmedo entre Vicente Rocafuerte y Carabobo
72	CODPLA	9 de Octubre y Heriberto Merino
73	VISTA VISIÓN ÓPTICAS ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DE	Uruguay y 9 de Octubre
74	MUJERES SULTANA DE LOS ANDES ASOMUSULAN COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO CHIMBOLEMA S.A.	Av. Daniel León Borja y Diego de Ibarra
75	VÍA INMOBILIARIA & CONSTRUCTORA	Ayacucho 210 y Chile
76	FÁBRICA. "MAGOTEX"	Veloz 36-54 Brasil
77	ITCONTROLSECURITY S.A.	Canónigo Ramos y Bypazz
78	AUTO CENTRO BRITO	Bolívar Bonilla y Pasaje Manila
79	INSERMADERA S.A.	Av. Canónigo Ramos y Teófilo Sáenz
80	RIOEMPRES TOURS S.A.	Venezuela y Mariana de Jesús
81	PUEBLA CHÁVEZ Y ASOCIADOS CÍA. LTDA.	Av. 11 de Noviembre y Canónigo Ramos
82	JARA & MALDONADO JMFAMILY CIA.LTDA.	Ayacucho y Pichincha
83	INFINITYECUADOR S.A. "EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES - MUNDO TRONIC SOLUCIONES TECNOLÓGICAS"	Av. Lizarzaburu y Av. 11 de Noviembre

86	MACCOMPANY C.L TDA.	Av. 11 de Noviembre y Canónigo Ramos
87	PIZZERÍA MÓNACO	Av. 11 de Noviembre y Canónigo Ramos A lado de la ferretería la Bahía, Av. Luis Cordovez 20-44
88	ECO CONSTRUCTORA	
89	MOBIS MOTORS	Uruguay y Diego de Ibarra
90	CACHAMSI S.A.	Esmeraldas y Espejo
91	JARA SEGURIDAD JARASEG CIA. LTDA.	Almagro y Veloz
92	ARTE MUEBLE	Orozco 28-57 y Carabobo
93	OFFICE SYSTEMS	Av. Saint Amand Montrond y Eduardo Kigman
94	"SEGURIDAD Y VIGILANCIA PENTÁGONO CIA LTDA"	Av. Saint Amand Montrond y Segundo Rosero
95	PROLABOR	Primera Constituyente y Miguel Ángel León
96	ELECTROPARC	Juan de Lavalle y Olmedo
97	ACOSAUSTRO S.A	Av. 11 de Noviembre y Canónigo Ramos
98	ETECO - ELECTRICIDAD Y TELECOMUNICACIONES CÍA. LTDA.	Av. Lizarzaburu y Avd. 11 de Noviembre
99	IPANEMA	Av. Daniel León Borja
100	NOVA INMOBILIARIA	Entre Tarqui y, Primera Constituyente
101	EMPRESA INDUSTRIAL CARROCERÍAS YAULEMA.JR	Panamericana sur vía a San Juan
102	BASVIMART CIA LTDA.	10 de Agosto 17-52 Benalcazar
103	DISTRIBUIDORA GRAIMAN	García Moreno 25-15 y Orozco
104	BRITANNIA ESCUELA LINGÜÍSTICA INTERNACIONAL	Los Alamos 1 Av. Canónigo Ramos entre Miguel Arauz
105	TV ECUAVISIÓN	Celso Augusto Rodríguez y Bolívar
106	SUMATEX	Bonilla Riobamba
107	GRUPO ZURITEX	Guayaquil 22-02 y Espejo
108	CERVEZA ARTESANAL MESTIZA	Veloz 30-64 y Juan Lavalle
109	AGRIPAC RIOBAMBA	Antonio Santillán y Evangelista, Evangelina Calero
110	GAS PUMA PURUHA	Antonio Santillán y Bolívar Bonilla
111	PROMOMUEBLE	Puruhá y Orozco
112	LÁCTEOS PROALIM	Av. Antonio Santillán y Evangelista Calero
113	RIOFERSEG CIA.LTDA	Av Edelberto Bonilla Oleas
114	ALACANTSERVI S.A	Agusto Hidalgo y Manuel María Sánchez
115	LÁCTEOS CORRALITO	México S/N Colón Mercado Oriental
116	AUTOMOTORES ROLANDO NARANJO	Colón y Primera Constituyente
117	MURIL DENTAL	Av. Pedro Vicente Maldonado y Juan de Soyaya
118	"MEJÍA S.A"	Av. Monseñor Leonidas Proaño y Río Paute
119	PIZZERIA GOURMET	Venezuela entre Uruguay y Diego de Ibarra
120	JARALARM CIA. LTDA.	Demetrio Aguilera Malta y Juan XXIII Morona No. 2816 Esq. Ayacucho Edif. Grupo Jara.
121	TRANSPORTE PESADO SULTANA DE LOS ANDES	Veloz y Diego Donoso junto al hotel MASHANY
122	MAQUINARIAS GONZÁLEZ	Juan de Velasco 29-20 y Venezuela
123	COMERCIAL MALDONADO	Av. Unidad Nacional y Lavalle
124	MAXXNET INTERNET	Chimborazo 28-15 y Eugenio Espejo
125	SAFECONT CORPORATE GROUP S.A.S	Primera Constituyente entre España y García Moreno

126	EL GASFITERO	Guayaquil 2837 Y Rocafuerte Riobamba
127	ALMACENES UNIHOGAR - BUEN HOGAR	Veloz y Pichincha Comunidad Corazón de Jesús, frente granjas del MAGAP.
128	PILONERA SANTA ROSA	
129	LABORATORIO CLÍNICO PATOLÓGICO DEL DR. ÁLVARO MOINA	Orozco y Eugenio Espejo Primera Constituyente 35-36 y Diego de Ibarra
130	PROVEEDORA INDUSTRIAL	Celso Augusto Rodríguez y Bolívar Bonilla
131	INDUSTRIAS GUEPE	
132	DISTRIBUIDORA DIPOAL	Olmedo y Juan la Valle
133	ANDAFROIL CIA. LTDA.	Portoviejo Sn Esq. Av. Atahualpa
134	CONSTRUCTORA & CONSULTORA EVELCOR CIA.LTDA	Manuel María Sánchez S/n Esq. Benjamín Carrión
135	ASQUI & ASOCIADOS CONSTRUCTORA Y CONSULTORA	Luz Elisa Borja entre Tarqui y 5 de Junio
136	SALÓN DE EVENTOS "QUINTA ALEJANDRITA"	250m a la derecha de la Y de San Gerardo
137	JV DISTRIBUIDORA	Primera Constituyente y Brasil
138	HABITAR INMOBILIARIA RIOBAMBA	Avenida Carlos Zambrano y José Veloz
139	ASOCIADOS EN DISTRIBUCIÓN Y SERVICIOS ADHYS CIA. LTDA.	Cesar León Hidalgo G9 Av Milton Reyes Av Alfonso Chávez y Vicente Ramón Roca
140	IMPORT STORE	
141	SUPERTAPI SERVICIOS C LTDA	Panamericana Norte s/n
142	SEVIPROSEG CIA. LTDA.	Veloz entre España y García Moreno
143	SSINELPRO	Av. Jose Veloz 23-24
144	COMPAÑIA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA METRANGAS S.A.	Juan de Velasco 20-61 Guayaquil
145	DISTRIBUIDORA CABRERA	Ira Constituyente 22-15 y Espejo
146	PRODUCTOS CALCAREOS SANTOS PROCALSAM CL.	Pallatanga y Punín
147	ALL-MAINT MANTENIMIENTO TOTAL S.A.	Córdova y Mendoza
148	ELITE GROUP	Av.11 De Noviembre Y Eduardo Kigman
149	ALMACENES JÁCOME	García Moreno y Guayaquil
150	FUNERALES GONZALO MENDOZA CIA. LTDA.	España 19-31 y Olmedo
151	JOMACH SEGURIDAD Y CUSTODIA EMPRESARIAL CIA LTDA.	Guayaquil y España
152	TEXTILES CEPEDA	Olmedo y Vicente Rocafuerte
153	CHILDRENCITOS CIA LTDA	Orozco entre España y García Moreno
154	EMBUTIDOS LA ANDALUZA	Larrea entre Guayaquil y, 10 de Agosto
155	BIENES RAÍCES FABARA & PAZMIÑO CONSTRUCTORA	10 de Agosto 23-37 y Colón. Oficina #15
156	ECUATEX	Larrea 21-27 y Guayaquil
157	COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO JAIME AGUILERA SA	Av. 9 de Octubre y Esmeraldas
158	TOTAL HOME	10 de Agosto y Larrea
159	CONSULTORA JURÍDICA Y EMPRESARIAL ÁVALOS	Juan Larrea y Guayaquil
160	ORGATEC-AP S.A.	Guayaquil 28-13 y Rocafuerte.
161	SACYTRANS S.A.	Isabela S/n Esq. Fernandina Primera Constituyente 25-26 y García Moreno
162	NOVICOMPU	
163	COOPERATIVA TRANSPORTE DE CARGA PESADA EN CAMIONES REY DEL ORIENTE	Cordovez 21-41 y Espejo
164	RIOCONS CONSULTORÍA Y CONSTRUCCIÓN	Luxemburgo y Roma Av. Carlos Zambrano y Av. Daniel León Borja
165	IMPORTADORA DE FRUTAS ALLAUCA	

166	TRANSPORTE MIXTO REY DE LOS ANDES AVETRIX S.A.	Pasaje Cdla. Sixto Durán Vallen
167	JOSAFERCO CONSTRUCTORA CIA LTDA.	Av. Leopoldo Freire - Pucará
168	COMPAÑÍA TÉCNICA Y DE CONSULTORÍA DE SERVICIOS AGROINDUSTRIALES COTESA	Benalcázar Entre Guayaquil y Olmedo
169	ALMACENES HIDALGO	España y Primera Constituyente
170	MARIA ELENA ANDRADE CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA	José de Veloz 26-41 entre Pichincha y García Moreno Juan Larrea 20-27 y José Joaquín de Olmedo
171	BIOMEDICAL CENTER	
172	OBRAS CIVILES GRK S.A	Av. 11 de Noviembre y Av. Lizarzaburu
173	NATURE STRATEGY CONSULTORES NASTCA CIA.LTDA	Argentinos 13-20 y Loja
174	ECUACONSTRUEPSE & INGENIERIA CIA. LTDA.	Manuel Elicio Flor 42-42 y Autachi
175	COMPAÑÍA DE FURGONETAS DE TRANSPORTE ESTUDIANTEL Y TURISMO	Av. José Veloz y Eugenio Espejo
176	ALTERNATIVA EMPRESARIAL CORTEZ TAMAYO CÍA. LTDA.	Teniente Latus y Argentinos
177	DIAMANTE TOURS	Ayacucho y Garcia Moreno Av. Alemania entre Roma y Edmundo Chiriboga
178	LÁCTEOS EL TOTUMO	
179	PEREZ RECALDE CONSTRUCTORES	Paseo Balboa
180	BRITO BRAVO CONSTRUCTORES	García Moreno y Nueva York
181	DISTRIBUIDORA JIMÉNEZ MARTÍNEZ & ASOCIADOS	Orozco 17-22 y Alvarado
182	AGROPRODULAC	Veloz y Almagro
183	RIOLAC	Orozco 22-27 y Colón
184	ICOPLAST	Calle Jerusalem y Avenida Simon Bolívar Jaime Roldos Aguilera y Francisco Rosales
185	PORTUGAL SEGURIDAD	
186	RIVAS LABORATORIO FARMACÉUTICO	Larrea 22-34 y Primera Constituyente
187	CENTERTRAVEL S.A	Av. Milton Reyes y Cesar León Guayaquil y Colon 2 piso Altos de Comandato
188	VGC INMOBILIARIA	
189	INOX HORNOS Y EQUIPO	Av. Edelberto Bonilla No. 2 y Bogotá
190	TRANS ANDES EXPRESS	Oficina Barrio la Dolorosa
191	TRANSOROZTRUCKS S.A.	Alfonzo Chávez y el Mensajero
192	SIMAA CIA.LTDA.	Veloz y Sauces Primera Constituyente 27-26 Pasaje Galería
193	CERO LÍMITES AGENCIA DE VIAJES	
194	CRIBOS	Bolívar Bonilla y Av. Simón Bolívar
195	NUVINAT S.A.	Antonio Santillán y Bolívar Bonilla
196	MOCEPROSA S.A.	Antonio Santillán junto al SECAP
197	CASA COMERCIAL ALVEAR	Riobamba 2190
198	FÁBRICA DE EMBUTIDOS LA IBÉRICA	Colombia 24 – 16 y Larrea.

Fuente: elaboración propia con base en el ranking SUPERCIA S – catastro del Servicio de Rentas Internas.

Anexo 4. Alpha de Cronbach.

Bloque	Factor	Escala de medición	Descripción	Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach del Bloque
Competitividad	Gestión administrativa y comercial	Escala de Likert 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre	La empresa cuenta con un plan estratégico, en donde se encuentran definidos los siguientes aspectos; misión, visión, valores, objetivos, políticas, organigrama, manuales y resultados.	0,682	0,811
			La empresa oferta productos o servicios con un valor añadido a diferencia de su competencia.		
			La empresa tiene una política de precios estable en el tiempo.		
			La empresa aplica mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados, seguimiento de tendencias o e-commerce.		
	Gestión financiera		La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y canales de comercialización.	0,774	
			El Retorno de la Inversión ha sido muy bueno en los últimos tres años.		
			Las ventas han sido muy buenas en los últimos tres años.		
	Gestión de producción		Las deudas han disminuido significativamente en los últimos tres años.	0,141	
			Los créditos contratados en los últimos tres años han sido a tasas preferenciales.		
			Los costos de los productos y/o servicios afectan la competitividad de la empresa.		
	Ciencia y tecnología		La empresa cuenta con la infraestructura adecuada para el desarrollo de las actividades de producción y/o servicios.	0,642	
			La empresa cuenta con indicadores de medición y evaluación del nivel de productividad (sistema de inventarios).		
			La empresa desarrolla nuevos productos y/o servicios.		
	Factores externos		La empresa cuenta con patentes de sus productos y/o servicios.	0,141	
			La empresa tiene una reputación superior a sus principales competidores debido a su alto nivel de innovación.		
			La empresa está informada y preparada para el impacto que tienen los cambios económicos internacionales y nacionales (la inflación, los aumentos en los salarios mínimos, los cambios en la tasa de interés, entre otros) sobre las ventas y el negocio en general.		
Responsabilidad social empresarial	Valores y coherencia	Escala de Likert 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre	La empresa ha definido y difundido sus valores, como guía de cada accionar y son respetados por todos sus miembros.	0,628	0,901
			En la empresa se ha creado un código de ética que guíe las acciones y la forma en cómo deben relacionarse en términos éticos con su público de interés (comunidad, clientes, proveedores y trabajadores).		
			En la empresa se presenta un Balance General al Servicio de Rentas Internas (SRI), cumpliendo con las obligaciones tributarias correspondientes.		
			La empresa, publica resultados del Balance General o informes financieros, con veracidad ya sea de manera interna como externa.		
	Público interno		La empresa participa en agrupaciones o asociaciones empresariales de la misma actividad económica, para así establecer buenas relaciones con la competencia.	0,762	
			En la empresa se promueve la existencia de un clima laboral sano, participativo, transparente, respetuoso y comunicativo.		
			En la empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios y objetivos, transparentes e igualitarios.		
			En la empresa existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador.		
			En la empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a los trabajadores.		
	Relación con proveedores		En la empresa se han generado mecanismos orientados a prevenir situaciones de discriminación, inclusión de grupos desfavorecidos o vulnerables, tales como personas discapacitadas.	0,762	
			La empresa antes de seleccionar a sus proveedores realiza procesos de evaluación.		
			En la empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.		
			En la empresa se ha exigido que las empresas contratistas o subcontratistas informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión, e higiene y seguridad.		

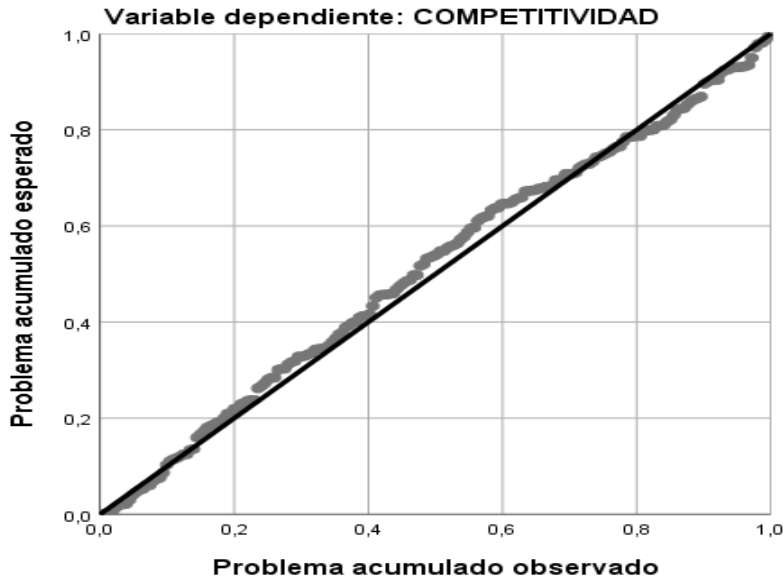
Capital Intelectual	Relación con los consumidores	En la empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias.	0,714	0,863
		En la empresa se han realizado encuestas para recoger la satisfacción de los clientes.		
		En la empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.		
	Relación con la comunidad	La empresa ha generado iniciativas orientadas a apoyar causas sociales, diseñado proyectos de inversión social con la comunidad.	0,849	
		La empresa ha organizado actividades con la comunidad en las que han participado trabajadores.		
	Medioambiente	La empresa ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.	0,85	
		En la empresa se ha implementado prácticas ambientales, formas de ahorro energético, uso eficiente del consumo de agua, medidas para optimizar el uso de materias primas o insumos en general y mane...		
		En la empresa se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución.		
	Capital Intelectual	Capital humano	Los empleados tienen la titulación necesaria para realizar su trabajo con eficiencia.	
Los empleados se destacan por sus habilidades y experiencia para desempeñar con éxito y creatividad su trabajo.				
El tiempo de permanencia de los empleados de la empresa depende de su nivel de preparación.				
Los empleados se identifican con los valores de la organización.				
Los empleados desarrollan nuevas ideas y conocimientos.				
Capital estructural		Un porcentaje importante de la nómina de empleados tiene acceso a planes de incentivos en la organización.	0,805	
		La empresa posee un alto grado de competencia en técnicas informáticas.		
		La empresa utiliza de modo rutinario sistemas informáticos para realizar el trabajo.		
		La organización guarda parte de su conocimiento en bases de datos, manuales e intranet.		
		La organización posee conocimiento y habilidad para vincular objetivos operacionales y metas con planes de compensación.		
		La empresa tiene procedimientos estándar para atender quejas de los clientes.		
		Los empleados tienen un alto sentido de compromiso con la empresa.		
Capital relacional		Existe comunicación y confianza entre directivos y empleados.	0,712	
		Empleados y directivos hacen verdaderos esfuerzos por resolver problemas en común.		
		Los contactos laborales con los clientes son bastante cercanos		
	Las relaciones de la empresa con los clientes por lo general son a largo plazo.	0,712		
	La empresa posee una cartera amplia de clientes frecuentes.			
	Las relaciones de la empresa con los proveedores por lo general son a largo plazo.			
	La empresa tiene habilidades para establecer alianzas sólidas.			

Fuente: elaboración propia con base en la encuesta.

Anexo 5. Supuestos del modelo general.

- **Normalidad:**

Gráfica 7. Prueba de normalidad.



Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

Como se observa en el gráfico anterior no existe dispersión de los residuos; es decir, gráficamente se observa que estos siguen una distribución normal. Estos resultados se corroboran con el estadístico Kolmogorov Smirnov cuya significancia es mayor al 5%, lo que es evidencia a favor de la hipótesis nula (los residuos se distribuyen de manera normal).

Tabla 17. Prueba de Kolmogorov Smirnov.

		Residuos no estandarizados
N		198
Parámetros normales ^{a,b}	Media	-7,93978E-16
	Desv. Desviación	0,396345958
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0,052595977
	Positivo	0,034019835
	Negativo	-0,052595977
Estadístico de prueba		0,052595977
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}

Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

- **Independencia:**

Para detectar independencia entre los residuos se realizó la prueba de Rachas, cuyas hipótesis son:

H_0 : Los residuos del modelo son independientes; acepta si $p - \text{valor} > 0,05$.

H_1 : Los residuos del modelo no son independientes.

Tabla 18. Prueba de Rachas.

	Residuos no estandarizados
Valor de prueba ^a	0,039426045
Casos < Valor de prueba	99
Casos \geq Valor de prueba	99
Casos totales	198
Número de rachas	95
Z	-0,712479679
Sig. asintótica(bilateral)	0,47616779

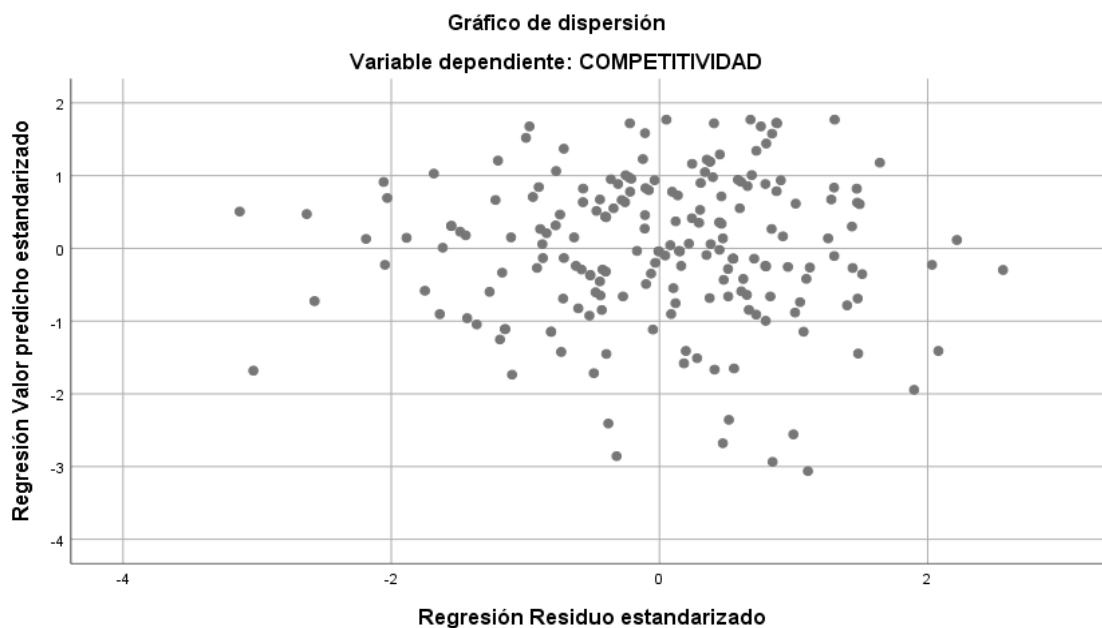
Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

De acuerdo a los resultados de la tabla anterior se observa que la significancia de la prueba de Rachas es mayor al 5%, lo cual indica evidencia a favor de la hipótesis nula; es decir, los residuos del modelo son independientes.

- **Homocedasticidad**

En el gráfico 2 se observa que la distribución de los residuos y de los predictores del modelo siguen una adecuada dispersión, donde no se observa sesgo en ningún sentido, por lo que se infiere que las varianzas de los residuos son homogéneas.

Gráfica 8. Gráfico de dispersión de los residuos.



Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

Esto se corrobora con la significancia de la prueba ANOVA manteniendo a los residuos como variable puramente endógena. En la tabla 6 se observa que la significancia es mayor a 0,05, por lo tanto, los residuos presentan igualdad de varianza.

Tabla 19. Prueba de Homocedasticidad.

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	0	2	0	0	1,000 ^b
	Residuo	30,94675326	195	0,158701299		
	Total	30,94675326	197			

Fuente: elaboración propia en datos procesados en SPSS.

Anexo 6. Evidencias fotográficas.

Las mismas están disponibles en el siguiente enlace:

<https://unachedu->

[my.sharepoint.com/:f/g/personal/angela_noriega_unach_edu_ec/EjFewUqFbGZGsVToQQrZWw8BE_8A9_n3vNHyuXnM3x5qKw?e=C8cLmR](https://unachedu-my.sharepoint.com/:f/g/personal/angela_noriega_unach_edu_ec/EjFewUqFbGZGsVToQQrZWw8BE_8A9_n3vNHyuXnM3x5qKw?e=C8cLmR)