



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD ENSAYO O ARTÍCULO ACADÉMICO

TÍTULO:

LA RESPONSABILIDAD CON LA COMUNIDAD EN LAS MIPYMES

AUTORAS:

MARCILLO ZAMBRANO FERNANDA ANTONELLA

NAVARRETE DELGADO JULEXI TAMARA

UNIDAD ACADÉMICA:

EXTENSIÓN CHONE

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTOR:

ING. JHON ARTURO ALAVA INTRIAGO

CHONE- MANABÍ- ECUADOR

FEBRERO DEL 2026

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

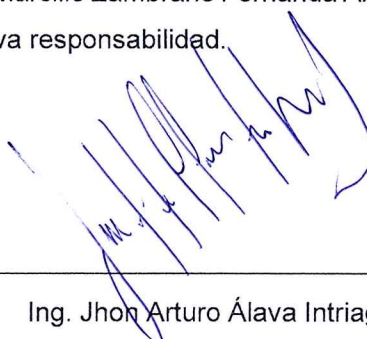
Ing. Jhon Arturo Alava Intriago, docente de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Extensión Chone, en calidad de Tutor.

CERTIFICO

Que el presente trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad ensayo o artículo académico, con el título: "La responsabilidad con la comunidad en las mipymes".

Las opciones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación es fruto de la perseverancia y originalidad de sus autoras: Marcillo Zambrano Fernanda Antonella y Navarrete Delgado Julexi Tamara, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, **febrero 2026**



Ing. Jhon Arturo Álava Intriago

Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quienes suscriben la presente: Marcillo Zambrano Fernanda Antonella y Navarrete Delgado Julexi Tamara, estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, declaran bajo juramento que el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Ensayo o Artículo Académico, con el título: "La responsabilidad con la comunidad en las mipymes." previo a la obtención de Título de Grado de Licenciadas en Administración de Empresas, es de autoría propia y ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros y consultando las referencias bibliográficas que incluyen en este documento.

Finalmente, los autores están de acuerdo en ceder los derechos de uso del presente a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, para que forme parte de su patrimonio intelectual e investigación científica.

Chone, febrero 2026



Marcillo Zambrano Fernanda Antonella
CI: 1315260388
AUTORA

Navarrete Delgado Julexi Tamara
CI: 1350609820
AUTORA



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

EXTENSION CHONE

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

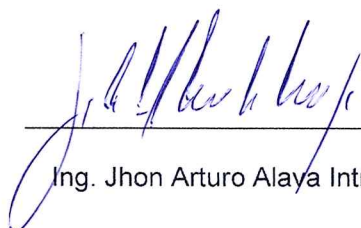
Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad ensayo o artículo académico con el título: “La responsabilidad con la comunidad en las mipymes.”, elaborado por las egresadas Marcillo Zambrano Fernanda Antonella y Navarrete Delgado Julexi Tamara de la carrera de Administración de Empresas.

Chone, febrero 2026



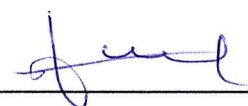
Lic. Rocio Bermúdez Cevallos

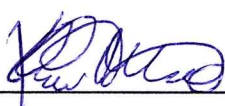
DECANA



Ing. Jhon Arturo Alaya Intriago

TUTOR



MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

SECRETARIA DE LA EXTENSIÓN CHONE

Dedicatoria

El mejor lenguaje del alma es la gratitud.

Por ello, quiero dedicar este trabajo de investigación a Dios, por ser el artífice de mi vida, quien nunca me suelta y me bendice cada día.

A mis abuelos, Honoria y Vicente, por ser mi soporte y creer en mi y mis capacidades, siempre, pero además, por ser la principal fuente de amor y fortaleza, donde siempre encuentro refugio. Y,

A mi hermana Adriana, por ser mi compañera constante, la que siempre está, en las buenas y en las peores, pero sobre todo, por el impulso revestido de amor que siempre nos damos.

Fernanda Marcillo

Dedicatoria

A Dios le doy gracias por darme la oportunidad de culminar esta meta, por darme la fuerza para seguir adelante con este propósito, por ser mi guía constante y darme la fortaleza para no rendirme. A mis padres, Maria Delgado Y Manuel Navarrete, porque sin ustedes nada de esto habría sido posible. Soy consciente de cada sacrificio y de cada lucha que han llevado por mi futuro; son mi ejemplo de esfuerzo y perseverancia.

A mi hija Ailany's Adaleth Champang Navarrete, por su apoyo, por su amor, por su paciencia, por creer en mí y por ser mi mayor motivación a querer ser mejor cada día. Desde muy pequeña has sido testigo de mis largas horas de estudio y preparación. Gracias por entender que, aunque este ocupada, este esfuerzo es por un futuro mejor para ambas eres mi inspiración.

Este proyecto también me lo dedico a mí, por no rendirme ante las dificultades y por creer en mis capacidades.

Es el reflejo del esfuerzo, paciencia y la determinación que me han acompañado en este camino.

Julexi Navarrete

Agradecimiento

Se expresa un sincero agradecimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por el respaldo institucional y académico que hizo posible el desarrollo del presente artículo científico.

De manera especial, se reconoce el valioso acompañamiento del tutor Ing. Jhon Arturo Alava Intriago, que, gracias a su gran sabiduría, apoyo constante, consejos precisos este trabajo investigativo llega a su conclusión. Del mismo modo se reconoce con especial cariño a las autoridades de la facultad de Ciencias Administrativas de la Extensión Chone

Marcillo Zambrano Fernanda Antonella y Navarrete Delgado Julexi Tamara

Índice

RESUMEN	9
Abstract.....	10
INTRODUCCIÓN	11
BASES TEÓRICAS	13
Metodología	17
Resultados	18
Discusión	22
Conclusión	23
Recomendaciones y limitaciones	24
BIBLIOGRAFÍA	25

Título: La responsabilidad con la comunidad en las mipymes

Marcillo Zambrano Fernanda Antonella
e1315260388@live.ulead.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0008-8826-3089>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Extensión Chone
e1350609820@live.ulead.edu.ec
 Julexi Tamara Navarrete Delgado
<https://orcid.org/0009-0001-7964-4233>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Extensión Chone
 Ing. Jhon Arturo Álava Intriago
Jhon.alava@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0008-5905-9812>

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Extensión Chone

RESUMEN

La responsabilidad con la comunidad se ha consolidado como una dimensión relevante de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), especialmente en las MIPYMES, debido a su estrecha relación con el entorno local, el presente estudio tiene como objetivo analizar las formas de implementación de la responsabilidad con la comunidad y la percepción de sus efectos en las MIPYMES del cantón Chone, desde un enfoque descriptivo-exploratorio, la investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de corte transversal, aplicando una encuesta estructurada a 40 MIPYMES, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva, los resultados evidencian que una parte mayoritaria de los encuestados considera importante la responsabilidad con la comunidad; sin embargo, su implementación se caracteriza por acciones informales y ocasionales, centradas principalmente en la generación de empleo local y el apoyo puntual a actividades educativas o deportivas. Asimismo, se observa que la mayoría de las empresas no percibe beneficios directos en términos de fidelidad de clientes o atracción de talento, lo que sugiere una limitada visibilidad de las iniciativas desarrolladas. Se concluye que la responsabilidad con la comunidad en las MIPYMES de Chone presenta una alta valoración conceptual, pero un bajo nivel de formalización, lo que condiciona la percepción de sus efectos, estos hallazgos aportan la evidencia relevante para comprender las dinámicas de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) comunitaria en contextos locales y constituyen una base para las futuras investigaciones orientadas a profundizar el análisis de sus beneficios intangibles.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial; responsabilidad con la comunidad; MIPYMES; percepción del efecto; contexto local.

Abstract

Community responsibility has become an important aspect of Corporate Social Responsibility (CSR), especially in MSMEs, due to their close relationship with the local environment. This study aims to analyze the ways in which community responsibility is implemented and the perception of its effects on MSMEs in the canton of Chone. Using a descriptive-exploratory approach, the research was conducted using a quantitative, non-experimental, cross-sectional design, applying a structured survey to 40 MSMEs selected through non-probabilistic convenience sampling. The data were processed using descriptive statistics. The results show that a majority of respondents consider community responsibility to be important; however, its implementation is characterized by informal and occasional actions, focused mainly on generating local employment and providing occasional support for educational or sports activities. Likewise, it is observed that most companies do not perceive direct benefits in terms of customer loyalty or talent attraction, suggesting limited visibility of the initiatives developed. It is concluded that community responsibility in MSMEs in Chone is highly valued conceptually but has a low level of formalization, which conditions the perception of its effects. These findings provide relevant evidence for understanding the dynamics of community CSR in local contexts and constitute a basis for future research aimed at deepening the analysis of its intangible benefits.

Keywords: Corporate Social Responsibility; community responsibility; MSMEs; perception of effect; local context.

Introducción

En un entorno global que exige cada vez más transparencia y compromiso ante los desafíos sociales, ambientales y económicos, el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha trascendido las fronteras de las grandes empresas para convertirse en un imperativo ético y estratégico para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), estas organizaciones, protagonistas clave cuyo impacto es vital para la supervivencia de numerosas economías a escala mundial, se distinguen por su rapidez operativa, habilidad para ajustarse a las variaciones del ambiente y un fuerte vínculo con sus comunidades de influencia directa.

Desde un punto de vista histórico el debate académico acerca de la Responsabilidad Social Comunitaria ha tendido a centrarse en el efecto producido por las empresas de mayor envergadura dada su visibilidad y capacidad de influencia, sin embargo, la RSC en el contexto de las MIPYMES no es una simple extensión a menor escala de las acciones de las grandes corporaciones. Autores como Betancurt (2018), y la literatura de Tapshi y Sharma (2023), indican que la RSC adopta formas específicas, inherentemente moldeadas por los rasgos distintivos de estas organizaciones: la escasez de recursos económicos y humanos, una estructura más horizontal, una fuerte dependencia de la calidad de las relaciones interpersonales y una intensa interacción con las dinámicas de su ambiente cercano, la clave de su sostenibilidad reside en el balance de los objetivos económicos, ambientales y sociales.

A partir de esta figuración, se deduce que la veracidad de la Responsabilidad Social en las MIPYMES no depende de lo sofisticados que sean sus informes sobre sostenibilidad, sino del grado de arraigo local y del impacto inmediato que tienen; se nota que estas entidades a menudo funcionan bajo una especie de "responsabilidad silenciosa", en la cual los principios éticos del dueño o administrador se entrelazan directamente con la identidad de la empresa, lo que posibilita una reacción más rápida y humana frente a las exigencias del ambiente, en contraposición a los protocolos burocratizados de las compañías grandes, no obstante, esta naturaleza orgánica plantea un reto fundamental: la complejidad de profesionalizar esas prácticas sin alterar su esencia.

Por ende, se sostiene que la mejora de este sector no solo depende de la voluntad individual sino también de la habilidad para convertir este compromiso auténtico en una ventaja estratégica cuantificable, sobrepasando el obstáculo que representa la falta de recursos a través de la innovación social y del respaldo de redes colaborativas institucionales que validen su función como impulsores del desarrollo equitativo.

El enfoque analítico histórico conlleva el peligro de menospreciar la importancia esencial que tienen las MIPYMES en el establecimiento de una base social firme; el problema científico que impulsa este estudio se encuentra en la distancia entre el compromiso natural y la aplicación sistemática de la responsabilidad social comunitaria. Aunque muchas MIPYMES en áreas como América Latina adoptan prácticas responsables de manera natural por su proximidad a las comunidades, la implementación sistemática y formal de estas acciones sigue siendo un reto (López et al., 2024; Nahuat Román 2022), los estudios nacionales indican que un gran número de MIPYMES no implementa formalmente la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a causa de una percepción de costos altos o falta de conocimiento.

Es indispensable optimizar la inversión en acciones de RSC, convirtiéndolas de gastos filantrópicos a inversiones estratégicas que produzcan beneficios significativos para ambas partes (Domínguez, 2023), esto es especialmente cierto en el complicado panorama de sobrevivir a una crisis económica con recursos limitados. La relevancia de la investigación se

debe a que en América Latina se impulsa la RSC en las MIPYMES debido a la necesidad de afrontar desafíos socioeconómicos y ambientales permanentes: la innovación consiste en examinar la RSC Comunitaria fundamentada en la Comunidad (RSC-CBC), una perspectiva que pone el acento en el involucramiento y el contexto local, empleada para el ambiente particular de Manabí, Ecuador (Zaki et al., 2023; Torres Flores, 2023).

En el contexto local de Chone esta investigación cobra un interés especial porque la proximidad directa de las empresas permite establecer una conexión más cercana y reaccionar con mayor rapidez a las exigencias locales. Según Bravo et al., (2023), colaborar con la comunidad tiene el potencial de mejorar significativamente la imagen de las MIPYMES, convirtiéndose en una ventaja competitiva, el análisis de las acciones informales ya presentes (por ejemplo, el apoyo a los proveedores locales por parte de empresas de comida rápida) hace posible el estudio y la propuesta de estrategias para formalizar dichas acciones, e I Instituto Ethos en Brasil y el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) promueven esta cultura, lo que demuestra su viabilidad de sistematización.

A pesar de que la responsabilidad con la comunidad es reconocida como una dimensión relevante de la Responsabilidad Social Empresarial, en el contexto de las MIPYMES del cantón Chone el problema de la investigación surge porque no existe una delimitación clara sobre la forma en que estas prácticas son implementadas ni sobre la percepción de sus efectos por parte de los propios actores empresariales. Si bien estas empresas mantienen una cercanía natural con su entorno local, las acciones comunitarias desarrolladas suelen ser mayormente informales, ocasionales y poco sistematizadas, lo que dificulta identificar su alcance funcional y la percepción de sus beneficios intangibles.

A partir de la problemática y la necesidad de formalizar la Responsabilidad Social Comunitaria, se plantean las siguientes interrogantes científicas: ¿Cuáles son las principales expresiones mediante las cuales las MIPYMES manifiestan su compromiso con la comunidad en el contexto local de Chone?; ¿De qué manera la adopción de prácticas de responsabilidad social con la comunidad se vincula con beneficios percibidos de carácter intangible, tales como la reputación empresarial y el fortalecimiento del vínculo comunitario, en las MIPYMES?; ¿Cuáles son los principales retos y obstáculos estructurales que enfrentan las MIPYMES de Chone al llevar a cabo iniciativas de compromiso comunitario?

El objetivo general de este estudio es describir el alcance funcional y percepción del efecto multidimensional de la responsabilidad con la comunidad en el contexto particular de las MIPYMES del cantón Chone.

Los objetivos específicos que abarcan dicho objetivo general son los siguientes: Sistematizar las distintas expresiones mediante las cuales las MIPYMES manifiestan su compromiso con la comunidad, diferenciando entre prácticas habituales y acciones emergentes de carácter innovador; analizar de manera crítica los beneficios percibidos de carácter intangible que reporta a las MIPYMES la adopción de prácticas de responsabilidad con la comunidad, particularmente en términos de reputación empresarial y legitimidad social; identificar los principales retos y obstáculos estructurales que enfrentan las MIPYMES al implementar iniciativas de compromiso con la comunidad.

En este sentido, se planteó una hipótesis de carácter descriptivo, entendida como un supuesto orientador del análisis y no como una hipótesis susceptible de comprobación estadística, la finalidad de esta fue guiar la interpretación de las percepciones empresariales sin implicar la verificación de relaciones causales o asociativas, en coherencia con el enfoque descriptivo-exploratorio de la investigación.

La hipótesis descriptiva planteada indica que las MIPYMES del cantón Chone perciben que la adopción de prácticas de responsabilidad con la comunidad contribuye a una valoración positiva de su imagen empresarial y al fortalecimiento de su vínculo con el entorno local, aun cuando dichas prácticas se desarrollen de manera informal o con limitaciones de recursos.

Este estudio se basó en una metodología de enfoque cuantitativo, descriptivo-exploratorio que incorporó elementos característicos de una revisión bibliográfica rigurosa y la recolección de datos esenciales se llevó a cabo mediante la realización de encuestas con los directivos y trabajadores principales de las MIPYMES escogidas de Chone.

Bases teóricas

Responsabilidad con la comunidad

En estudios recientes, la responsabilidad con la comunidad también se conceptualiza en el ámbito social y psicológico como una percepción individual de compromiso hacia el bienestar colectivo, por ejemplo, Russo et al. (2025) investigan cómo este sentido de responsabilidad comunitaria influye en el desarrollo de carreras sustentables y el bienestar general, destacando que se relaciona con mayores capacidades percibidas para promover trabajo digno y trayectoria profesional sostenible, lo cual redundaría de alguna manera en bienestar social y psicológico.

La responsabilidad social empresarial se ha consolidado como un enfoque estratégico de gestión adoptado por empresas, gobiernos y organizaciones, orientado a responder de manera ética y sostenible a las demandas de la sociedad, en este marco, la responsabilidad con la comunidad adquiere un rol central al involucrar el compromiso activo de las empresas con su entorno social, ambiental y económico, así como con sus distintos grupos de interés entre ellos trabajadores, accionistas, proveedores y consumidores (Toala, 2022; Aucanella – Bravo, 2023).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ya no puede verse solamente como un conjunto de acciones voluntarias o filantrópicas sino como un elemento relacionado con la sostenibilidad y competitividad de las empresas a largo plazo, según apunta la literatura contemporánea. En esta línea, Lopez et al. (2024) subrayan que las compañías están sometidas a una presión que va en aumento para incluir valores ambientales y sociales en sus modelos de gestión, porque no es suficiente con cumplir con los clientes directos, se hace necesario manejar las expectativas de todos los actores asociados a la organización.

La información se ha vuelto más accesible y los medios de comunicación han desempeñado un papel activo lo que ha fortalecido este panorama estos agentes han intensificado las demandas de equidad social, transparencia y salvaguarda del medio ambiente hacia las compañías. Según Mellado (2022), esta visibilidad pública más alta hace que la responsabilidad con la comunidad se convierta en un elemento crucial para la legitimidad social y la reputación de las empresas, sobre todo cuando la cercanía entre ambas partes es significativa.

Betancurt (2018), citado por Domínguez (2023), indica que desde una perspectiva histórica la responsabilidad con la comunidad ha sido una inquietud importante desde el siglo pasado, con un alcance que abarca tanto a la empresa como a su entorno; sin embargo, el escritor enfatiza que su implementación debe tener en cuenta la restricción de recursos especialmente en organizaciones más pequeñas, lo cual requiere dar prioridad a acciones sociales que sean eficaces y estén alineadas estratégicamente con la creación de valor.

En este contexto, la limitación económica no debe verse como un impedimento absoluto, más bien es una cuestión que redefine la responsabilidad con la comunidad como una necesidad de gestión cuyo objetivo es asegurar en el largo plazo la sostenibilidad tanto a nivel empresarial como social.

Desde el punto de vista empírico, investigaciones recientes demuestran que la responsabilidad social empresarial en las MIPYMES tiende a llevarse a cabo de forma informal, debido a limitaciones de recursos y habilidades organizativas. Bacinello et al. (2021), mediante un análisis de pequeñas y medianas empresas, evidencian que la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial es más bien el resultado de las presiones del entorno social cercano que de estrategias establecidas formalmente, lo cual fortalece la importancia de contextualizar su evaluación teniendo en cuenta la realidad estructural de este tipo de organizaciones.

Responsabilidad comunitaria y sostenibilidad en las MIPYMES

La responsabilidad social comunitaria se entiende como el compromiso de las empresas de establecer un diálogo permanente con las comunidades cercanas, identificar sus necesidades y ejecutar acciones sociales, económicas y ambientales orientadas a su desarrollo sostenible (Herrera, 2024; Bernal Lopez y Alpuche de la cruz, 2023), este enfoque supera la visión unidimensional de la Responsabilidad Social Empresarial centrada exclusivamente en donaciones o apoyos puntuales y propone una intervención integral basada en la articulación de distintos tipos de capital.

Desde este punto de vista, para que se produzca el desarrollo de la comunidad es necesario conservar el medio ambiente, tener oportunidades económicas y realizar acciones sociales al mismo tiempo. Esto tiene como finalidad evitar relaciones de dependencia e impulsar procesos de empoderamiento local. Por lo tanto, la responsabilidad hacia la comunidad no tiene como objetivo producir ganancias a corto plazo, sino ayudar a los territorios donde funcionan las compañías a ser sostenibles y autónomos.

En el ámbito latinoamericano, la responsabilidad hacia la comunidad es considerada una de las facetas más importantes de la Responsabilidad Social Empresarial en las MIPYMES, según lo indica la literatura científica, gracias a su proximidad territorial y relacional. Reyes-Ramírez et al. (2022) demuestran que estas compañías ponen como prioridad las acciones directas con la comunidad para legitimar su posición social, a pesar de que no estén incluidas formalmente en el planeamiento estratégico.

Tapshi y Sharma (2023) enfatizan este argumento al describir la Responsabilidad Social Empresarial como un marco de equilibrio entre metas sociales, económicas y medioambientales, ellos subrayan que la habilidad de las compañías para manejar los compromisos y renuncias asociados con sus decisiones estratégicas es lo que determina su sostenibilidad corporativa, este equilibrio es particularmente complicado para las MIPYMES debido a sus restricciones en términos financieros y organizativos.

Siguiendo esta línea, Zaki et al. (2023) sugieren el modelo de "responsabilidad social comunitaria basada en la comunidad", que da prioridad a que los actores locales participen de manera activa en la determinación y realización de las iniciativas sociales. Esta manera de proceder posibilita un uso más eficaz de los escasos recursos y refuerza la apropiación comunitaria de los proyectos, lo que aumenta su sostenibilidad a largo plazo.

Así, la literatura coincide en que la efectividad de la responsabilidad con la comunidad en las MIPYMES depende no solo de la voluntad empresarial, sino también de la capacidad de articular acciones contextualizadas, participativas y alineadas con las necesidades reales del entorno.

Beneficios intangibles de la responsabilidad con la comunidad

Desde un enfoque estratégico, la responsabilidad con la comunidad genera beneficios que no siempre se reflejan de forma inmediata en indicadores financieros, pero que resultan fundamentales para la sostenibilidad de las MIPYMES, entre estos beneficios intangibles destacan la imagen empresarial, la reputación organizacional y la legitimidad social, activos que influyen en la aceptación de la empresa por parte de la comunidad y otros grupos de interés (Ayala del Pino, 2021; Suárez Rodríguez y Antepara, 2023).

Mellado (2022) indica que las prácticas responsables mejoran la imagen pública de las compañías, sobre todo si estas sostienen una comunicación consistente entre sus acciones y valores, sin embargo si la responsabilidad hacia la comunidad se lleva a cabo de manera ocasional o informal los beneficios en términos de reputación suelen ser escasos y poco perceptibles.

En el ámbito de las MIPYMES, varios estudios empíricos muestran que la implementación de prácticas comunitarias está más relacionada con beneficios perceptuales que con repercusiones económicas directas. Los autores Fernandes y Shaislashri (2022) subrayan que las empresas pequeñas y medianas que incorporan la responsabilidad social a su modelo de negocio consiguen reforzar su legitimidad social, incluso si tienen recursos escasos.

Igualmente, la literatura de América Latina indica que el nivel de formalización, continuidad y visibilidad de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial determina la generación de beneficios no tangibles. Esto explica por qué numerosas MIPYMES no notan impactos directos en cuanto a la fidelidad del cliente o la captación de talento, aunque tengan una valoración conceptual elevada acerca del deber con la comunidad.

Suchman (1995) argumenta que las entidades tratan de lograr la congruencia entre sus acciones y lo que la sociedad espera de ellas, con el fin de garantizar su supervivencia y aceptación, según la teoría de la legitimidad. En esta misma línea, Mellado y Saona (2021), a través de una investigación empírica en empresas de América Latina, determinan que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial afectan sobre todo a ganancias intangibles como la reputación y la legitimidad social, en lugar de influir directamente en los beneficios económicos inmediatos, particularmente en compañías más pequeñas.

Responsabilidad con la comunidad en América Latina y Ecuador

A escala global, la Responsabilidad Social Empresarial en MIPYMES se concreta en varias iniciativas enfocadas en la sostenibilidad y el bienestar de la comunidad, compañías como Ecover (Bélgica), especializada en productos de limpieza ecológicos, evidencian su compromiso a través del uso de materias primas vegetales y procedimientos que reducen el efecto en el medio ambiente favoreciendo de manera indirecta a las comunidades al disminuir la polución. Asimismo, Harineras Villamayor (España), una pequeña y mediana empresa del sector alimentario, pone énfasis en la responsabilidad comunitaria mediante acciones simples que, en conjunto, robustecen el entramado social local, como el respaldo a proyectos de su entorno y el fomento de relaciones de trabajo equitativas (Fernandes y Shaislashri, 2022).

Esta MIPYME prioriza acciones simples pero consistentes enfocadas en su entorno inmediato, el respaldo a proyectos locales y el fomento de relaciones laborales equitativas (interno y externo) son ejemplos de cómo una empresa se convierte en un "buen vecino". Estas acciones tienen un impacto inmediato en el entramado social, las relaciones laborales justas garantizan el sustento económico de las familias locales, mientras que el respaldo a proyectos

comunitarios (deportivos, culturales, etc.) mejora la calidad de vida social, demostrando un compromiso que va más allá de la obligación legal.

Otra muestra es Gulpener Bier (Holanda), una fábrica de cerveza que disminuye de manera activa la polución en todas las etapas de su elaboración, favoreciendo la salud ambiental de su comunidad, estas compañías, aunque de pequeña escala, ilustran cómo la Responsabilidad Social Empresarial puede incorporarse en el esquema de negocio, potenciando su reputación pública y fortaleciendo su reputación (Ayala del Pino, 2021; Calala P, 2025).

En América Latina, los retos socioeconómicos persistentes y las carencias institucionales están fuertemente relacionados con la responsabilidad social de las MIPYMES; López et al., (2024) indican que aunque varias MIPYMES incorporan prácticas responsables de forma intuitiva por su proximidad con la comunidad, el hecho de no tener estrategias formales reduce el alcance y la sostenibilidad de esas acciones.

Varios casos de distintas regiones demuestran que las MIPYMES tienen la capacidad de producir impactos positivos importantes a través de prácticas responsables que se incorporan a su operación diaria. Fernandes y Shaislashri (2022) documentan casos en Europa donde las pequeñas empresas mediante el apoyo a proyectos comunitarios y relaciones laborales justas, que contribuyen a robustecer la estructura social de la localidad lo que prueba que se puede incluir la responsabilidad con la comunidad en el modelo de negocio.

En este contexto, un caso relevante son las MIPYMES del sector textil peruano que, a pesar de no contar con una estrategia formal de Responsabilidad Social Empresarial, establecen relaciones comerciales justas y equitativas con pequeños productores locales de algodón lo que asegura precios estables y fomenta el desarrollo económico de sus comunidades. Además, en Colombia se pueden observar iniciativas de MIPYMES en la industria alimentaria que implementan programas laborales y de capacitación para jóvenes que están en condiciones vulnerables, lo cual fomenta la inclusión social y reduce el abandono escolar. Estas acciones muestran un compromiso con la creación de valor social que trasciende el mero beneficio económico (Lopez et al., 2024; Bueno Anchundia, 2024).

Dado lo anterior, las MIPYMES, por su tamaño y arraigo local, a menudo actúan de manera responsable de forma intuitiva, sus dueños son parte de la comunidad, lo que genera un compromiso "natural" con el empleo, la compra local y el bienestar de los vecinos, esta es una ventaja inherente de las MIPYMES sobre las grandes transnacionales. A diferencia de las grandes empresas, las MIPYMES suelen tener recursos limitados (financieros y humanos) y carecen de tiempo y expertise para medir, documentar y reportar sus acciones responsables, sin sistematización, las prácticas son vulnerables a desaparecer ante una crisis económica.

Investigaciones recientes en América Latina confirman que las MIPYMES adoptan la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia de adaptación a contextos institucionales frágiles. Torres y Salvatierra (2021) señalan que, en economías emergentes la responsabilidad con la comunidad permite a las empresas fortalecer su aceptación social y reducir conflictos con el entorno, aun cuando los impactos económicos directos sean limitados. De manera similar, Sarmiento-Martínez (2022) destaca que la Responsabilidad Social Empresarial en MIPYMES latinoamericanas se caracteriza por una alta valoración discursiva y una baja sistematización operativa.

En Ecuador, la Responsabilidad Social Empresarial en las MIPYMES se encuentra en una etapa de crecimiento ascendente con un reconocimiento creciente de su relevancia para la competitividad y la legitimidad de los negocios, compañías como Pacari Chocolates pese a tener

una magnitud que va más allá de la microempresa pero con una filosofía de pequeña escala en sus inicios, sobresalen por su dedicación a la sostenibilidad y la responsabilidad social en toda su cadena de producción, Pacari asegura precios estables y equitativos para los productores de cacao orgánico, promoviendo prácticas de agricultura sustentable y ayudando a salvaguardar la biodiversidad y las culturas autóctonas. De manera similar, la compañía DIFARE una entidad sobresaliente en el ámbito farmacéutico, ha realizado programas de brigadas médicas y donación de botiquines en colaboración con escuelas de Fe y Alegría. Esto ha tenido un impacto positivo en la salud de comunidades vulnerables (Espinoza y Pico, 2020).

Estos autores subrayan que la imagen de una empresa y su aceptación social se ven reforzadas, en particular en los sectores productivos con un gran arraigo territorial, cuando se llevan a cabo prácticas responsables dentro de la cadena de valor, el comercio justo y la sostenibilidad ambiental. No obstante, la evidencia empírica coincide en que la falta de sistematización, medición y comunicación de las acciones comunitarias constituye una debilidad recurrente en las MIPYMES, lo que limita la visibilidad de los beneficios intangibles asociados a la responsabilidad con la comunidad.

Metodología

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo-exploratorio, dado que su propósito fue analizar el alcance funcional y los efectos percibidos de la responsabilidad con la comunidad en las MIPYMES del cantón Chone, sin pretender establecer relaciones de causalidad ni realizar inferencias estadísticas generalizables. Este enfoque resulta pertinente considerando que la investigación se orienta a identificar patrones, percepciones y limitaciones estructurales asociadas a la adopción de prácticas de responsabilidad social en un contexto local específico.

El alcance de la investigación fue descriptivo-exploratorio, dado que su propósito fue analizar el alcance funcional y los efectos percibidos de la responsabilidad con la comunidad en las MIPYMES, identificando patrones, percepciones y problemáticas recurrentes en un contexto local específico, en coherencia con este alcance el estudio no tuvo como objetivo comprobar relaciones estadísticas ni contrastar hipótesis de tipo causal o correlacional.

Desde el punto de vista metodológico, se aplicaron los métodos descriptivo, exploratorio, analítico e inductivo, en este contexto, el método descriptivo permitió caracterizar las prácticas de responsabilidad con la comunidad desarrolladas por las MIPYMES; el método exploratorio facilitó una primera aproximación empírica al fenómeno de estudio; el método analítico permitió interpretar críticamente los resultados obtenidos; y el método inductivo posibilitó la identificación de patrones generales a partir de la información empírica recopilada.

El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal, ya que la información fue recolectada en un único momento del tiempo y sin manipulación deliberada de las variables de estudio.

La población objeto de estudio estuvo conformada por 971 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) registradas en el cantón Chone según base de datos del SRI, a partir de esta población se seleccionó una muestra de 40 MIPYMES, utilizando un muestreo no probabilístico por conveniencia, en función de la accesibilidad y disposición de los informantes para participar en el estudio.

Si bien el tamaño muestral no permite la generalización de los resultados a la totalidad del sector empresarial del cantón, este se considera adecuado para un estudio de carácter exploratorio, cuyo objetivo es identificar tendencias, percepciones y problemáticas recurrentes relacionadas con la responsabilidad con la comunidad en las MIPYMES.

La unidad de análisis estuvo constituida por las MIPYMES del cantón Chone, mientras que los sujetos de estudio fueron propietarios, gerentes o administradores, por ser quienes poseen un conocimiento directo sobre la gestión organizacional, las prácticas de responsabilidad social y la relación de la empresa con su entorno comunitario.

La técnica de recolección de información utilizada fue la encuesta, aplicada mediante un cuestionario estructurado conformado por preguntas cerradas de opción múltiple y escala ordinal, el instrumento fue diseñado para recoger información relacionada con cuatro dimensiones centrales del estudio:

- valoración de la responsabilidad social,
- nivel de implementación de prácticas comunitarias,
- obstáculos estructurales para su ejecución, y
- resultados percibidos en términos reputacionales y relacionales.

La validez del instrumento se abordó desde una perspectiva de contenido, asegurando la coherencia entre los ítems del cuestionario y los objetivos del estudio, las preguntas fueron formuladas de manera clara y directa considerando los conceptos teóricos relacionados con la responsabilidad con la comunidad y su aplicación en el contexto de las MIPYMES, de la misma manera, la estructura del instrumento permitió recoger información pertinente sobre la valoración, implementación, limitaciones y resultados percibidos de las prácticas comunitarias, lo que garantizó su adecuación para describir el fenómeno objeto de estudio dentro del alcance descriptivo-exploratorio de la investigación.

El cuestionario fue aplicado de manera directa a los informantes, garantizando la confidencialidad de la información y el uso exclusivo de los datos con fines académicos. La información recopilada fue procesada mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias absolutas y porcentajes, lo que permitió organizar, sintetizar e interpretar los resultados obtenidos, el análisis se orientó a identificar tendencias predominantes, brechas entre la adopción conceptual y la implementación práctica de la responsabilidad con la comunidad, así como las limitaciones que inciden en la visibilidad de sus efectos.

Dado el carácter exploratorio del estudio, los resultados se interpretan desde una perspectiva analítica y crítica, sin pretensión de establecer relaciones causales ni extrapolar los hallazgos a contextos distintos al analizado.

Resultados

Pregunta 1: ¿Su empresa considera importante o muy importante la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en su gestión diaria?

Tabla 1 Nivel de importancia de la RSE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí, muy importante	18	45,0%
Sí, importante	9	22,5%
Neutral	9	22,5%
No, poco importante	4	10,0%
No, nada importante	0	0,0%
Total	40	100%

Fuente 1 Encuesta aplicada a las MIPYMES
Autor 1 Marcillo F., y Navarrete J.

Los resultados evidencian que una mayoría significativa de las MIPYMES encuestadas (67,5%) considera la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como importante o muy importante dentro de su gestión diaria, lo que refleja una adopción conceptual mayoritaria del enfoque, sin embargo, la presencia de un 22,5% de respuestas neutrales y un 10% que la considera poco importante revela que dicha valoración no es homogénea ni plenamente consolidada en todo el sector.

Este descubrimiento indica que, aunque la Responsabilidad Social Empresarial es valorada como un componente importante a nivel discursivo, todavía hay una porción significativa de compañías que no la han incorporado firmemente en su estrategia organizacional. Por lo tanto, el valor asignado a la RSE no siempre se refleja en una aplicación sistemática, lo que prevé la discrepancia entre la adopción conceptual y la ejecución práctica que se muestra en las tablas siguientes.

La valoración mayoritaria de la Responsabilidad Social Empresarial puede explicarse por el reconocimiento creciente de su importancia a nivel discursivo y normativo, así como por la presión social y reputacional que enfrentan las empresas, incluso a pequeña escala. No obstante, la presencia de respuestas neutrales y negativas sugiere que una parte de las MIPYMES aún percibe la RSE como un concepto abstracto o secundario frente a las exigencias operativas diarias, lo que evidencia una comprensión desigual del alcance práctico de la responsabilidad con la comunidad dentro del sector.

Pregunta 2: ¿Su MIPYME ha implementado alguna acción o programa específico dirigido a beneficiar directamente a la comunidad local?

Tabla 2 Implementación de acción o programa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí, de forma formal y estructurada	10	25,0%
Sí, de forma informal o esporádica	8	20,0%
No, pero tenemos planes de hacerlo	18	45,0%
No, y no tenemos planes actuales	4	10,0%
Total	40	100%

Autor 2 Marcillo F., y Navarrete J.

Fuente 2 Encuesta aplicada a las MIPYMES

La evidencia empírica muestra que solo el 45% de las MIPYMES ha implementado alguna acción dirigida a beneficiar directamente a la comunidad local, y de este grupo, apenas el 25% lo ha hecho de manera formal y estructurada. En contraste, un 45% de las empresas manifiesta tener planes futuros de implementar acciones comunitarias, mientras que un 10% no contempla actualmente este tipo de iniciativas.

Estos hallazgos corroboran la presencia de una brecha importante entre el aprecio positivo de la Responsabilidad Social Empresarial y su implementación en términos operativos, el alto porcentaje de empresas que permanecen en una etapa de planificación evidencia una intención positiva pero también muestra limitaciones que obstaculizan el paso a una ejecución efectiva, en este contexto la RSE comunitaria en las MIPYMES de Chone se distingue más por ser potencial que por estar bien implementada, lo cual limita su impacto y visibilidad.

La brecha identificada entre la valoración positiva de la RSE y su implementación efectiva puede atribuirse a la limitada capacidad de planificación y gestión estratégica de las MIPYMES, el elevado porcentaje de empresas que se mantiene en una fase de intención o planificación refleja una disposición favorable pero también revela dificultades para traducir dicha intención en acciones concretas lo que sugiere que la responsabilidad con la comunidad es percibida más como un objetivo deseable que como una práctica integrada a la gestión empresarial cotidiana.

Pregunta 3: ¿Cuál es el principal desafío que enfrenta su MIPYME al intentar implementar más acciones de RSE con la comunidad?

Tabla 3 Principal desafío enfrentado en las MIPYMES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Falta de recursos económicos	14	80,0%
Falta de tiempo o personal	5	37,5%
Desconocimiento sobre cómo implementar RSE	11	27,5%
Falta de apoyo interno	6	15,0%
Escasa respuesta de la comunidad	4	10,0%
Total	40	100%

NOTA 1 A pesar de que el total de encuestado es de 40, el resultado es mayor ya que es una pregunta de respuesta múltiple

Fuente 3 Encuesta aplicada a las MIPYMES

Autor 3 Marcillo F., y Navarrete J.

Los resultados indican que la falta de recursos económicos constituye el principal obstáculo para la implementación de prácticas de responsabilidad con la comunidad, siendo señalado por el 80% de las MIPYMES encuestadas. No obstante, este factor no actúa de manera aislada, ya que también se identifican barreras complementarias como la falta de tiempo o personal (37,5%), el desconocimiento sobre cómo implementar la RSE (27,5%) y la escasez de apoyo interno (15%).

Este hallazgo corrige la percepción inicial de un único obstáculo estructural y permite comprender que la limitada eficacia en la implementación de la RSE responde a un conjunto de restricciones propias de la realidad organizacional de las MIPYMES, la coexistencia de barreras financieras, operativas y de conocimiento explica por qué muchas iniciativas permanecen en un nivel informal o esporádico, sin alcanzar un grado de formalización que permita generar beneficios visibles y sostenibles.

La predominancia de la falta de recursos económicos como principal obstáculo responde a la estructura financiera restringida de las MIPYMES, donde los ingresos suelen destinarse prioritariamente a cubrir costos operativos y garantizar la continuidad del negocio, sin embargo, la coexistencia de limitaciones de tiempo, personal y conocimiento evidencia que las dificultades para implementar la RSE no son exclusivamente financieras, sino que están asociadas a debilidades organizacionales y de gestión, lo que explica la persistencia de prácticas comunitarias informales y de bajo alcance.

Pregunta 4: ¿Ha notado un aumento en la fidelidad de sus clientes o en la atracción de nuevo talento como resultado de sus iniciativas de RSE en la comunidad?

Tabla 4 Resultados de iniciativas de RSE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si, claramente	3	7,5%
Posiblemente	8	20,0%
No lo he notado	25	62,5%
No aplica / no realizamos RSE	4	10,0%
Total	40	100%

Fuente 4 Encuesta aplicada a las MIPYMES

Autor 4 Marcillo F., y Navarrete J.

La percepción de los beneficios derivados de la RSE evidencia un impacto limitado en términos de fidelización de clientes y atracción de talento, el 62,5% de las MIPYMES manifiesta no haber notado ningún efecto atribuible a sus iniciativas comunitarias, mientras que solo un 7,5% señala haber observado beneficios de forma clara y un 20% los percibe de manera posible, pero no concluyente.

Estos resultados no deben interpretarse como una ineficacia inherente de la Responsabilidad Social Empresarial, sino como una consecuencia directa del carácter informal, discontinuo y poco visible de las acciones implementadas, la ausencia de resultados perceptibles refuerza la idea de que la responsabilidad con la comunidad solo puede generar ventajas estratégicas cuando se ejecuta de forma sistemática y con un mínimo de planificación y recursos, lo que actualmente no se cumple en la mayoría de las MIPYMES analizadas.

La escasa percepción de beneficios en términos de fidelización de clientes y atracción de talento puede explicarse por la baja visibilidad y comunicación de las acciones de responsabilidad con la comunidad desarrolladas por las MIPYMES, al tratarse de iniciativas puntuales, poco sistematizadas y con un alcance limitado sus efectos no logran ser reconocidos por los grupos de interés, lo que reduce su impacto reputacional y refuerza la percepción de que la RSE no genera retornos claros en el corto plazo.

Interpretación de resultados según la hipótesis descriptiva

Los resultados obtenidos en el estudio se interpretan a partir de la hipótesis descriptiva planteada, entendida como un supuesto orientador del análisis y no como una hipótesis susceptible de comprobación estadística, en este sentido, la información recopilada muestra que las MIPYMES del cantón Chone manifiestan una valoración positiva del vínculo con su entorno comunitario y reconocen la importancia de la responsabilidad con la comunidad como parte de su imagen empresarial.

No obstante, los hallazgos evidencian que dichas prácticas se desarrollan mayoritariamente de manera informal y con limitaciones de recursos, lo que condiciona la percepción de beneficios tangibles y reduce la visibilidad de sus efectos en términos comerciales, como la fidelidad de clientes o la atracción de talento, de esta manera, los resultados permiten comprender la coherencia entre la percepción empresarial y el alcance real de las prácticas comunitarias, sin implicar la verificación de relaciones causales o asociativas, en concordancia con el enfoque descriptivo-exploratorio del estudio.

Discusión

El análisis de los resultados se realizó desde una perspectiva global en coherencia con el diseño del instrumento aplicado, el cual no contempló variables de clasificación empresarial, es por esta razón que la discusión se centra en la interpretación general de las percepciones y prácticas asociadas a la responsabilidad con la comunidad, priorizando de este modo la identificación de tendencias predominantes en el conjunto de MIPYMES estudiadas.

Los resultados obtenidos en la presente investigación evidencian una distancia relevante entre la valoración conceptual de la responsabilidad con la comunidad y su aplicación práctica en las MIPYMES del cantón Chone, situación que ha sido documentada en estudios previos sobre responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas en contextos latinoamericanos, esta brecha se manifiesta en la coexistencia de una alta percepción de importancia de la Responsabilidad Social Empresarial y una implementación predominantemente informal y ocasional.

Los hallazgos indican que las medidas más comunes se enfocan en crear puestos de trabajo a nivel local y brindar apoyo específico a actividades deportivas o educativas, estos descubrimientos concuerdan con lo que Reyes-Ramírez et al. (2022) han indicado, ya que demuestran que las MIPYMES suelen llevar a cabo prácticas comunitarias con un bajo nivel de formalización, lo cual está relacionado con su proximidad territorial y su escasa capacidad para organizarse. Bacineiro et al. (2021) afirman, de forma parecida que este tipo de prácticas se debe más a iniciativas espontáneas que a planes organizados de responsabilidad social.

Además, la falta de distinción entre prácticas comunes e innovaciones comunitarias indica que se tiene una noción limitada de la responsabilidad con la comunidad, esta idea es consistente con lo que Betancurt (2018), mencionado por Domínguez (2023), afirma: en organizaciones más pequeñas, la Responsabilidad Social Empresarial suele ser reactiva y no sistemática, sin un plan explícito ni criterios evaluativos claros.

En cuanto al segundo objetivo, que tiene que ver con las ventajas que provienen de las acciones de responsabilidad social con la comunidad, los resultados muestran que la mayor parte de las MIPYMES no ha notado aumentos significativos en la lealtad de sus clientes ni en su capacidad para atraer nuevos talentos. Este hallazgo es consistente con la bibliografía científica, que indica que los efectos de la Responsabilidad Social Empresarial en las MIPYMES tienden a ser limitados cuando las acciones no se llevan a cabo de manera continua y visible (Mellado y Saona, 2021); desde este punto de vista, que no se perciban beneficios no significa que la Responsabilidad Social Empresarial sea ineficaz, sino que muestra las condiciones en las que se ejecuta.

En esta línea, la teoría de la legitimidad de Suchman (1995) posibilita entender que las prácticas comunitarias tienen el potencial de favorecer la aceptación social de la empresa; no obstante, si estas no se comunican ni reconocen sistemáticamente, su impacto suele ser solo simbólico y no se traduce en ventajas que los mismos actores empresariales puedan identificar con claridad.

Respecto al tercer objetivo, que busca determinar las barreras más importantes para poner en marcha la responsabilidad social con la comunidad, los hallazgos indican que los encuestados ven limitaciones para llevar a cabo este tipo de proyectos, esto se manifiesta en la falta de presupuestos específicos y en el predominio de acciones informales, este descubrimiento es consistente con lo que afirma Tapshi y Sharma (2023), quienes indican que las MIPYMES tienen problemas para conciliar sus objetivos sociales con su capacidad operativa, lo cual limita el alcance de sus prácticas de responsabilidad social.

En términos generales, los hallazgos del estudio señalan que la responsabilidad social en las MIPYMES de Chone se distingue por un valor discursivo elevado y una ejecución restringida lo cual es coherente con estudios empíricos recientes realizados en circunstancias parecidas (Sarmiento-Martínez, 2022; Torres y Salvatierra, 2021). De acuerdo con el enfoque descriptivo-exploratorio de la investigación, los resultados no establecen relaciones causales, pero brindan evidencia significativa acerca de las tensiones que se dan entre la intención, la práctica y los resultados observados en el manejo de la responsabilidad social dentro de las MIPYMES.

Conclusión

Las conclusiones que se presentan a continuación responden de manera directa a los objetivos planteados en la investigación:

Se concluye que el compromiso comunitario de las MIPYMES se evidencia sobre todo mediante la implementación de prácticas informales y esporádicas tradicionales como: el fomento del empleo local y la asistencia a actividades deportivas o educativas; aunque estas iniciativas muestran una actitud positiva hacia la comunidad no se distinguen significativamente de las perspectivas filantrópicas habituales y demuestran una escasa inclusión de procedimientos que pertenecen a un modelo completo de Responsabilidad Social Empresarial.

Los hallazgos indican que la restricción de recursos financieros es el mayor impedimento estructural para llevar a cabo prácticas de responsabilidad social con la comunidad, aun así esta limitación viene acompañada por otras barreras organizativas como la falta de tiempo, apoyo interno y conocimiento, esta combinación de restricciones explica la falta de presupuestos formales para la Responsabilidad Social Empresarial y el predominio de iniciativas informales; sin embargo, esto no significa que los gerentes no estén interesados o comprometidos.

Finalmente, se concluye que la Responsabilidad Social Empresarial en las MIPYMES del cantón Chone se desarrolla en un estado primitivo caracterizado por una alta valoración discursiva y una ejecución limitada, en coherencia con el enfoque descriptivo-exploratorio del estudio, los hallazgos permiten afirmar que la generación de beneficios más visibles y sostenidos asociados a la responsabilidad con la comunidad depende de procesos de mayor formalización, continuidad y articulación con el entorno institucional, aspectos que actualmente no se encuentran consolidados en la mayoría de las empresas analizadas.

Recomendaciones y limitaciones

En función de los resultados obtenidos y considerando las limitaciones estructurales identificadas en las MIPYMES del cantón Chone, se formulan las siguientes recomendaciones orientadas a fortalecer la responsabilidad con la comunidad desde un enfoque realista y progresivo:

Formalizar gradualmente la responsabilidad con la comunidad mediante esquemas de bajo costo y alto impacto, priorizando acciones que no requieran una asignación presupuestaria elevada, como la planificación básica de actividades comunitarias, el aprovechamiento del capital humano interno y la articulación de esfuerzos con organizaciones locales, esta estrategia permitiría avanzar desde prácticas informales hacia una gestión más sistemática de la Responsabilidad Social Empresarial, sin comprometer la estabilidad financiera de las MIPYMES.

Se aconseja que las MIPYMES fortalezcan la sistematización básica de sus acciones responsables con respecto a la comunidad, por medio del planeamiento mínimo y el registro de las iniciativas que actualmente se llevan a cabo de forma informal, para optimizar su continuidad y visibilidad sin poner en riesgo recursos adicionales importantes.

Se aconseja que estudios posteriores examinen en mayor profundidad la responsabilidad hacia la comunidad en las MIPYMES, utilizando métodos complementarios que faciliten incluir el punto de vista de otros actores y evaluar con más exactitud los beneficios intangibles relacionados con estas prácticas a través del tiempo.

La presente investigación presenta algunas limitaciones metodológicas que deben ser consideradas al momento de interpretar los resultados obtenidos.

Es necesario señalar que la investigación se basa en la percepción de los propietarios, gerentes o administradores, lo que introduce un componente subjetivo en la valoración de la responsabilidad con la comunidad y de sus efectos.

El estudio no distingue diferencias según sector económico, tamaño o antigüedad de las MIPYMES, por lo que no fue posible identificar variaciones en la adopción e implementación de la responsabilidad con la comunidad entre distintos perfiles empresariales.

BIBLIOGRAFÍA

- Ayala del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, (54), 173–198. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Aucancela-Bravo, J. M. (2023). Responsabilidad social y gestión en PYMES: limitaciones para su implementación. *Investigación MQR*, 1(1), 45–58. Recuperado de <http://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/339>
- Bravo, J. M. A., López, C. A. S., & Obando, F. J. V. (2023). Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en Manabí. *MQRInvestigar*, 7(2), 283-297. <https://doi.org/10.56048/mqr20225.7.2.2023.283-297>
- Bacinello, E., Tontini, G., & Alberton, A. (2021). Influence of corporate social responsibility on sustainable practices of small and medium-sized enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 776–785. <https://doi.org/10.1002/csr.2087>
- Bernal López, J., & Alpuche de la Cruz, E. (2023). La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México. *Ciencia ergo sum*, 30(1), e183. <https://doi.org/10.30878/ces.v30n1a1>
- Bueno Anchundia, M. J. (2024). Responsabilidad social empresarial en América Latina: evidencias actuales del uso de directrices GRI en PYMES. *Lasallista de Investigación*, 18(1), 45–60.
- Calala, P. D. Q. (2025). Variables socioambientales como estrategia de valor en PYMES latinoamericanas. *Dilemas: Educación, Política y Valores*, 12(1), 74–87.
- Dominguez, O. (2023, agosto). *Responsabilidad social empresarial en las MIPYmes, Comunidad de San Pablo, Provincia de Santa Elena, año 2022*. Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena. Recuperado 28 de mayo de 2025, de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10091>
- Espinoza, A. C. Á., & Pico, M. R. C. (2020). Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador. *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539708>
- Fernandes, D., & Shaislashri. (2022). Rural Marketing and Product Promotion: An Analysis of the Project Shakthi by Hindustan Unilever Limited. *International Journal Of Case Studies In Business IT And Education*, 6(2). <https://doi.org/10.47992/IJCSBE.2581.6942.0229>
- López, V., Contreras, E., & Ocegueda, C. (2024). La Responsabilidad Social Empresarial como Factor de Competitividad en las Mipymes: Un Análisis de los Niveles y el Entorno. *Daena: International Journal Of Good Conscience.*, 1(17). [http://www.spentamexico.org/v19-n2/A30.19\(2\)1-17.pdf](http://www.spentamexico.org/v19-n2/A30.19(2)1-17.pdf)
- Nahuat Román, B. (2022). Percepciones de la responsabilidad social en una muestra de empresas mexicanas. *RSMX: Revista de Estudios Empresariales*, 10(1), 120–136. Disponible en SciELO México
- Mellado, C. (2022). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas. *Scielo*, 6-15.
- Mellado, C., & Saona, P. (2021). Corporate social responsibility and firm performance. *Journal of Business Research*, 127, 190–201. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.021>
- Reyes-Ramírez, J. F., et al. (2022). Corporate social responsibility and SMEs. *Sustainability*, 14(9), 5234. <https://doi.org/10.3390/su14095234>

- Russo, A., Zammitti, A., Ginevra, M. C., & Santisi, G. (2025). *Sustainable career and decent work as mediators between sense of community responsibility and well-being*. *BMC Psychology*, 13(1192). <https://doi.org/10.1186/s40359-025-03172-3>
- Toala, B. (2022). Mirada a la evolución de la responsabilidad social empresarial. *Revista científica, dominio de las ciencias*, 1035-2055.
- Torres, D., & Salvatierra, J. (2021). Responsabilidad social empresarial en MIPYMES latinoamericanas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 456–472.
- Torres Flores, A. G. (2023). Percepción de la aplicación de la RSE en MIPYMES y educación de stakeholders. Repositorio UCACUE. Recuperado de <https://dspace.ucacue.edu.ec/items/95d14571-f8d8-443c-8a01-fdb6cd089>
- Sarmiento-Martínez, L. (2022). La RSE como estrategia en MIPYMES. *Revista Ciencias Administrativas*, 19, 1–15.
- Suárez Rodríguez, O., & Antepara de la Ese, S. T. (2023). Práctica de la responsabilidad social empresarial en las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 15(S3), 132–142. Recuperado de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4219>