



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS  
GASTRONÓMICOS DEL MALECÓN, CANTÓN PLAYAS, AÑO 2024**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**Julexy Deyaneth Quinde Cruz**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2025**

## Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos Gastronómicos del Malecón, Cantón Playas, Año 2024**”, elaborado por la **Srta. Julexy Deyaneth Quinde Cruz**, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:  
**RENZO ENRIQUE  
GUTIERREZ CONTRERAS**  
Validar únicamente con FirmaEC

---

**Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA.**  
**Profesor tutor**

### **Autoría del trabajo**

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos Gastronómicos del Malecón, Cantón Playas, Año 2024**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Julexy Deyaneth Quinde Cruz** con cédula de identidad número **0928290204** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente

*Julexy Quinde C.*

**Julexy Deyaneth Quinde Cruz**

**C.C. No: 0928290204**

## Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se la dedico principalmente a mis padres Freddy Quinde y Glenda Cruz por su amor incondicional, su apoyo constante y sacrificios que han realizado para que cumpla una meta más en mi vida y por enseñarme que los sueños se logran con esfuerzo y dedicación. A mis hermanos, por ser mi refugio en los días difíciles y por brindarme su apoyo constante.

A mis abuelitos, por ser el ejemplo de amor, esfuerzo y sabiduría en mi vida. Gracias por sus enseñanzas, por cada consejo lleno de ternura y por creer en mí incluso cuando yo dudaba. En especial a mi abuelita María Yagual Medina que sé que desde el cielo me acompaña, guía mi camino y está feliz por este logro cumplido.

A mi enamorado Cristhian Leiton, por su compañía, por su comprensión, paciencia y por ser mi motivación. Gracias por caminar a mi lado, por celebrar cada logro y por sostener mi mano en cada tropiezo.

A mí, por no rendirme, por levantarme en cada caída, por confiar en mi capacidad, por aguantar cada desvelos y cansados viajes. Esta tesis representa no solo un logro académico, sino también el reflejo de mi crecimiento personal y de todo lo que soy capaz de alcanzar.

A todos ustedes que me han guiado y acompañado durante este proceso, les dedico este logro con gratitud y amor.

*Julexy Deyaneth Quinde Cruz*

## **Agradecimiento**

En primer lugar, le agradezco a Dios, por brindarme el don de la vida, por ser mi fuente de fortaleza, por guiarme en el camino del bien, ya que, sin su presencia y bendiciones, este logro no habría sido posible.

A mi familia, por su confianza y motivación en esta etapa académica y personal, a mi enamorado por sus palabras de aliento, por inspirarme a seguir adelante y por celebrar conmigo cada pequeño avance.

A mi enamorado, por ser mi apoyo incondicional, por sus palabras de aliento en los momentos difíciles y por comprender mis ausencias. Tu amor, tu compañía y tu fe en mí han sido una fuente constante de motivación.

A mi tutor el Ingeniero Renzo Gutiérrez y a mi especialista la Ingeniera Libi Caamaño, por guiarme durante todo el proceso de mi tesis. Y a todos los docentes que han formado parte de mi etapa universitaria, por compartirme sus conocimientos y experiencias, enriqueciendo mi formación y ampliando mis horizontes.

A mi amiga Daniela Tigrero, por su compañía y por ser una pieza fundamental durante mi vida académica. A todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a que este proyecto se hiciera realidad, les agradezco de corazón.

Finalmente, agradezco a la vida por permitirme vivir esta experiencia, que me ha dejado aprendizajes que trascienden lo académico y que llevaré conmigo siempre.

*Julexy Deyaneth Quinde Cruz*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.  
DIRECTOR DE LA CARRERA

Libi  
Caamaño

Firmado digitalmente por: Libi Caamaño  
DN: cn=Libi Caamaño, gn=Libi Caamaño,  
o=EC Ecuador, ou=EC Ecuador,  
e=eugenaldinesolaiz@hotmail.com  
Motivo: Soy el autor de este documento  
Ubicación:  
Fecha: 2025-07-09 15:16:05:00

---

Ing. Libi Carol Caamaño López, Mgt.  
PROFESOR ESPECIALISTA



Firmado electrónicamente por:  
**RENZO ENRIQUE  
GUTIERREZ CONTRERAS**  
Validar únicamente con FirmaEC

---

Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA.  
PROFESOR TUTOR



Firmado electrónicamente por:  
**RENZO ENRIQUE  
GUTIERREZ CONTRERAS**  
Validar únicamente con FirmaEC

---

Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA.  
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

---

Lic. Julissa González González  
SECRETARIA DE LA CARRERA

## Índice de Contenido

<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	XIII
<b>Executive abstract</b> .....	XIV
<b>Introducción</b> .....	15
<b>Capítulo I</b> .....	20
<b>Marco Referencial</b> .....	20
<b>Revisión de literatura</b> .....	20
<b>Desarrollo de teorías y conceptos</b> .....	22
<b>Fundamentos legales</b> .....	26
<b>Capítulo II</b> .....	29
<b>Metodología</b> .....	29
<b>Diseño de la Investigación</b> .....	29
<b>Métodos de la Investigación</b> .....	29
<b>Población y Muestra</b> .....	30
<b>Recolección y Procesamiento de Datos</b> .....	31
<b>Capítulo III</b> .....	33
<b>Resultado y Discusión</b> .....	33
<b>Análisis de los resultados de las entrevistas a especialistas en el área de RSE</b> .....	33
<b>Análisis de los resultados de las encuestas</b> .....	35
<b>Discusión</b> .....	51
<b>Propuesta</b> .....	53
<b>Conclusiones</b> .....	61
<b>Recomendaciones</b> .....	62
<b>Bibliografía</b> .....	63
<b>Apéndice</b> .....	69

## Índice de tabla

<b>Tabla 1</b> Población.....	30
<b>Tabla 2</b> Muestra.....	31
<b>Tabla 3</b> Alfa de Cronbach.....	32
<b>Tabla 4</b> Edad de los propietarios .....	35
<b>Tabla 5</b> Edad de los colaboradores.....	35
<b>Tabla 6</b> Género de los propietarios.....	36
<b>Tabla 7</b> Género de los colaboradores .....	36
<b>Tabla 8</b> Rol que desempeña.....	37
<b>Tabla 9</b> Tiempo del emprendimiento en el mercado .....	38
<b>Tabla 10</b> ¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial?.....	39
<b>Tabla 11</b> ¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial? .....	39
<b>Tabla 12</b> ¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción? .....	40
<b>Tabla 13</b> ¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción? .....	40
<b>Tabla 14</b> ¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales?.....	41
<b>Tabla 15</b> ¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales?.....	41
<b>Tabla 16</b> ¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad? .....	42
<b>Tabla 17</b> ¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad? .....	42
<b>Tabla 18</b> ¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial?.....	43
<b>Tabla 19</b> ¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial?.....	43
<b>Tabla 20</b> ¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones? .....	44
<b>Tabla 21</b> ¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones? .....	44
<b>Tabla 22</b> ¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores?.....	45
<b>Tabla 23</b> ¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores?.....	45
<b>Tabla 24</b> ¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores? .....	46
<b>Tabla 25</b> ¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores? .....	46

<b>Tabla 26</b> ¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores? .....	47
<b>Tabla 27</b> ¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores? .....	47
<b>Tabla 28</b> ¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente? .....	48
<b>Tabla 29</b> ¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente? .....	48
<b>Tabla 30</b> ¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción? .....	49
<b>Tabla 31</b> ¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción? .....	49
<b>Tabla 32</b> ¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos? .....	50
<b>Tabla 33</b> ¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos? .....	50
<b>Tabla 35</b> Matriz FODA .....	54
<b>Tabla 36</b> Matriz CAME.....	55
<b>Tabla 37</b> Plan de acción anual .....	56
<b>Tabla 38</b> Cronograma del plan de acción anual .....	58
<b>Tabla 39</b> Diagrama de Gantt .....	60

## Índice de figura

<b>Figura 1</b> Edad de los propietarios .....	35
<b>Figura 2</b> Edad de los colaboradores .....	35
<b>Figura 3</b> Género de los propietarios.....	36
<b>Figura 4</b> Género de los colaboradores .....	36
<b>Figura 5</b> Rol que desempeña.....	37
<b>Figura 6</b> Tiempo del emprendimiento en el mercado .....	38
<b>Figura 7</b> ¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial?.....	39
<b>Figura 8</b> ¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial?.....	39
<b>Figura 9</b> ¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción? .....	40
<b>Figura 10</b> ¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción? .....	40
<b>Figura 11</b> ¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales? .....	41
<b>Figura 12</b> ¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales? .....	41
<b>Figura 13</b> ¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad? .....	42
<b>Figura 14</b> ¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad? .....	42
<b>Figura 15</b> ¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial?.....	43
<b>Figura 16</b> ¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social? .....	43
<b>Figura 17</b> ¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones? .....	44
<b>Figura 18</b> ¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones? .....	44
<b>Figura 19</b> ¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores? .....	45
<b>Figura 20</b> ¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores? .....	45
<b>Figura 21</b> ¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores? .....	46
<b>Figura 22</b> ¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores? .....	46
<b>Figura 23</b> ¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores? .....	47

<b>Figura 24</b> ¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores? .....	47
<b>Figura 25</b> ¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente? .....	48
<b>Figura 26</b> ¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente? .....	48
<b>Figura 27</b> ¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción? .....	49
<b>Figura 28</b> ¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción? .....	49
<b>Figura 29</b> ¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos? ....	50
<b>Figura 30</b> ¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos? ....	50

## Índice de apéndice

<b>Apéndice 1</b> Matriz de consistencia.....	69
<b>Apéndice 2</b> Solicitud de aprobación de tema .....	70
<b>Apéndice 3</b> Fichas de validación de instrumento.....	71
<b>Apéndice 4</b> Certificado de validación de instrumentos.....	73
<b>Apéndice 5</b> Guía de entrevista .....	74
<b>Apéndice 6</b> Cuestionario de encuesta.....	75
<b>Apéndice 7</b> Evidencias de las entrevistas a los especialistas en RSE .....	77
<b>Apéndice 8</b> Evidencias de las encuestas a los propietarios y colaboradores de los empresarios gastronómicos .....	79
<b>Apéndice 9</b> Evidencia de las bases de datos en SPSS.....	80
<b>Apéndice 10</b> Certificado de plagio.....	81
<b>Apéndice 11</b> Cronograma de actividades .....	82



## **Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos Gastronómicos del Malecón, Cantón Playas, Año 2024**

**AUTOR:**

Quinde Cruz Julexy Deyaneth

**TUTOR:**

Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA.

### **Resumen Ejecutivo**

La responsabilidad social empresarial es el compromiso que deben tener las empresas indiferentemente de la industria o sector en el que desarrollen su actividad productiva. Las organizaciones con su misión deben procurar que se mantenga un equilibrio entre el crecimiento económico, la sociedad y el ambiente. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas. Se empleó el enfoque mixto el cual recolectó, analizó y tabuló datos cualitativos y cuantitativos, un alcance descriptivo aplicando el método analítico y deductivo. La población que se consideró fue a los propietarios y colaboradores de los emprendimientos gastronómicos, así como también a 2 especialistas expertos en términos de responsabilidad social empresarial. La muestra está dirigida a 75 propietarios y 130 colaboradores a quienes se les realizó una encuesta y a 2 especialistas en el área a quienes se les efectuó una entrevista. Los resultados obtenidos en la investigación fue que los negocios establecidos en el sector gastronómicos atribuyen al concepto de RSE como la contribución al desarrollo de la comunidad; sin embargo, se sigue creyendo que la aplicación de prácticas responsables genera un costo de implementación elevado que pone en riesgo las operaciones económicas. Por otro lado, los establecimientos si aplican prácticas de responsabilidad social empresarial, pero de manera indirecta, como la compra de materia prima en la localidad, la generación de oportunidades laborales y el ahorro de recursos naturales. Se pudo observar también que en los emprendimientos gastronómicos pese a que los propietarios indicaron que brindan capacitaciones continuas, los colaboradores dejaron en evidencia que nunca los capacitan, por lo que se considera un área a mejorar.

**Palabras claves:** responsabilidad social empresarial, emprendimientos gastronómicos, económico, social, ambiental.



## **Corporate Social Responsibility in the Gastronomic Enterprises of the Malecon, Canton Playas, Year 2024**

### **AUTHOR:**

Quinde Cruz Julexy Deyaneth

### **TUTOR:**

Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA.

### **Executive abstract**

Corporate social responsibility is the commitment that companies should have regardless of the industry or sector in which they develop their productive activity. Organizations with their mission should strive to maintain a balance between economic growth, society and the environment. The main objective of this research is to analyze the application of corporate social responsibility in the gastronomic enterprises of the malecon, Canton Playas. A mixed approach was used which collected, analyzed and tabulated qualitative and quantitative data, a descriptive scope applying the analytical and deductive method. The population considered were the owners and collaborators of the gastronomic enterprises, as well as 2 experts in terms of corporate social responsibility. The sample consisted of 75 owners and 130 collaborators who were surveyed and 2 specialists in the area who were interviewed. The results obtained in the research were that businesses established in the gastronomic sector attribute the concept of CSR as a contribution to the development of the community; however, it is still believed that the application of responsible practices generates a high implementation cost that puts economic operations at risk. On the other hand, the establishments do apply corporate social responsibility practices, but indirectly, such as purchasing raw materials locally, creating job opportunities and saving natural resources. It was also observed that in the gastronomic enterprises, although the owners indicated that they provide continuous training, the collaborators made it clear that they are never trained, this is considered an area for improvement.

**Keywords:** corporate social responsibility, gastronomic enterprises, economic, social, environmental.

## Introducción

En los últimos años la sociedad ha incrementado su interés por la protección de los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y el bienestar de los colaboradores, proveedores, socios y clientes. Por lo que se considera fundamental que los emprendimientos conozcan y apliquen prácticas de responsabilidad social empresarial desde sus inicios, es decir, crear negocios sostenibles y éticos que satisfagan las necesidades de los consumidores. Ayala (2021) manifiesta que las empresas con responsabilidad social empresarial se sienten comprometidas con la innovación, los clientes, trabajadores, y con la sociedad en su conjunto, con el objetivo de ser vistas como entidades estables y con una reputación sólida, teniendo como resultado un aumento de su participación en el mercado y competitividad en el sector que se desarrolla (p. 175).

A raíz de esta conceptualización citamos a Montoya y Chilcon (2023) quienes definen a la RSE como el compromiso que las empresas asumen con el fin de garantizar el bienestar de la comunidad y el ambiente, en consecuencia, al impacto que sus operaciones económicas generan (p. 29).

Belmont y Hessling (2024) expresan que en el mundo para el año 2000 se oficializó el Pacto Mundial de la ONU en el que actualmente participan empresas de distintos países que están comprometidas con la sostenibilidad, el pacto está conformado por 10 principios que se relacionan estrechamente con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción, además para el año 2015 se adoptó la Agenda 2030 que está constituida por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. La ONU en función a los instrumentos antes mencionados, busca encaminar a las empresas del mundo a diseñar estrategias sostenibles y crear nuevos modelos de negocios que estén más comprometidos con la sociedad y el entorno natural (p. 9).

Un estudio ejecutado por Sherlock Communications (2024) mediante encuestas realizadas a más de tres mil personas, reveló que en países de Latinoamérica (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú), el 81% de los encuestados manifiestan que las prácticas de responsabilidad social empresarial influyen significativamente en sus decisiones de compra y afectan la opinión que tienen sobre la imagen corporativa de las empresas que operan en sus países. Así mismo obtuvieron que solo el 72% consumen bienes o servicios a empresas que sean socialmente responsables, provocando que una gran cantidad de empresas tengan pérdidas económicas debido a su mal comportamiento con la sociedad y el ambiente (párr. 4-6).

En Ecuador se concretó un estudio sobre la actividad emprendedora desde varias perspectivas, el reporte fue elaborado por la ESPAE, la Escuela de Negocios de la ESPOL, y

la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) junto con su escuela de negocios, EDES y los datos fueron recolectados por el Consorcio Global Entrepreneurship Monitor, los resultados mostraron que Ecuador con un 32.65% tiene la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) más alta de Latinoamérica lo que indica que hay un buen índice de jóvenes que tienden a emprender y esto se debe a las escasas oportunidades de empleo. De la misma manera se pudo observar que solo el 14% de los emprendedores cuentan con estudios superiores lo que impacta positivamente en sus habilidades para innovar y adoptar prácticas sostenibles (Lasio et al., 2024, pp. 33, 52).

Por ello, la importancia de este estudio sobre el análisis de la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, radica en ofrecer una perspectiva más clara y concisa sobre como los emprendimientos que se manejan dentro del sector gastronómico aplican acciones de responsabilidad social empresarial en sus operaciones. También les permite conocer a los emprendedores que ejes de la RSE (económico, social y ambiental) está causando un mayor impacto o por lo contrario está siendo desatendido, y en base a las evidencias podrán tomar decisiones estratégicas que les brindaran nuevas oportunidades de innovación y diferenciación con relación a la competencia, así como también harán que el negocio sea aún más relevante en el mercado al impulsar el desarrollo sostenible y mejorar la calidad de vida de la sociedad.

En función al **planteamiento del problema** se expresa que, a nivel global, la Responsabilidad Social Empresarial se ha consolidado como una estrategia indispensable para las organizaciones que aspiran en equilibrar su desarrollo financiera con el impacto que generan sus actividades en la comunidad y medio ambiente. A pesar de los avances en la implementación de prácticas sostenibles y responsables, existen dificultades como la ausencia de normativas internacionales que motiven a las compañías a adherirse a los estándares de sostenibilidad. Por lo cual, Constantino y Sánchez (2023) expresan que las normativas que establece el Estado deben ser implementadas en todos los niveles: gobierno, empresas, familias y personas; teniendo en cuenta la RSE como fundamento. De esta manera, se aprovecharán las ventajas de su implementación y se fomentará el crecimiento empresarial (p. 27).

En Latinoamérica las empresas y emprendimientos desempeñan un papel crucial en el progreso económico, social y cultural de la región, ya que son la vía principal para la generación de empleos, la innovación y el fortalecimiento de las economías a nivel local. No obstante, muchos de los negocios especialmente los emprendimientos se topan con retos considerables en la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), entre ellos el desconocimiento de la RSE, las escasas políticas claras en torno al impacto social y

medioambiental, los recursos limitados y la falta de estímulos. Mendoza y Loor (2023) exponen que en América Latina se identifica a la responsabilidad social empresarial como la contribución financiera que una empresa u organización realiza a los stakeholders (p. 109). Sin embargo, no solo se la debe ver como un beneficio económico, sino que se tiene que ir buscando un equilibrio entre producir ganancias económicas, mejorar las condiciones sociales y reducir el impacto de las operaciones en el medio ambiente.

En Ecuador, la responsabilidad social empresarial ha cobrado relevancia en los últimos años, particularmente en las grandes compañías y multinacionales; pero el principal problema radica en los emprendimientos y pymes que son los que conforman la mayor parte de la unidad económica del país, dado a que consideran las prácticas de RSE como un gasto adicional. Los limitados incentivos gubernamentales en conjunto a la ausencia de normativas públicas a nivel nacional han sido factores claves para que no se promueva la adopción de prácticas responsables en el entorno empresarial. Por otro parte, Andrade (2021) manifiesta que Ecuador posee la oportunidad de solventar las necesidades nacionales, priorizando la disminución de la desigualdad en todas sus facetas, el desarrollo económico inclusivo con empleos dignos y ciudades sustentables, pero se logra si se consideran los ODS (p. 110).

A nivel local, en el Cantón Playas la problemática es aún mayor, dado que los empresarios y emprendedores locales tienen una escasa formación en relación con las prácticas responsables y consideran que implica un costo adicional. Pese a que en el cantón se han incrementado los emprendimientos gastronómicos gracias al turismo, la implementación indirecta de prácticas de responsabilidad social empresarial es insuficiente, lo que ha generado contaminación ambiental y que se promuevan empleos en condiciones no dignas. En consecuencia, Saldarriaga y Oviedo (2022) plantean que la RSE debe interpretarse como el inicio en el que las organizaciones no solo toman conciencia, sino que también actúa en la construcción de un mundo sostenible a largo plazo, enfocándose en lo ambiental y el respeto a los derechos humanos (p. 363).

Conforme a la problemática, se presenta la **formulación del problema** que plantea la siguiente pregunta: ¿De qué manera se aplica la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024?

Con base al problema general se elaboró la **sistematización del problema** que aborda las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la situación actual de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024?

- ¿Cuáles son los factores que intervienen en la aplicación de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024?
- ¿Qué acciones pueden mejorar la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024?

Acto seguido, se expone el **objetivo general** del presente trabajo: Analizar la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024.

Con el fin de dar cumplimiento a el objetivo general se establecen los siguientes **objetivos específicos**:

- Diagnosticar la situación actual de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024.
- Identificar los factores que intervienen en la aplicación de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024.
- Proponer acciones para mejorar la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, cantón Playas, año 2024.

En lo que respecta a la **justificación teórica**, la responsabilidad social empresarial se fundamenta en varias teorías que refuerzan su importancia, una de ellas es el modelo Triple Bottom Line (TBL) también conocido como cuenta de triple resultado propuesto por John Elkington en 1994, Gamboa et al. (2022) expresa que este modelo actualmente lo aplican las instituciones que desean lograr un desarrollo sostenible, por lo que sus stakeholders deben evaluarlas no solo en temas económicos, sino que también por los logros equitativos y el cuidado ambiental (p. 435). Por ende, esta teoría demuestra que si los emprendimientos integran la sostenibilidad en sus estrategias lograrán ser un ente del cambio dentro de la industria en que se manejan, podrán crear una ventaja competitiva, obtener un desarrollo financiero y causar un impacto positivo en la sociedad y el ambiente.

En cuanto a la **justificación práctica**, la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial como gestionar los residuos, usar eficientemente los recursos naturales, ahorrar energía, agua, usar materiales biodegradables y mantener una buena relación con los grupos de interés permitirá a los emprendimientos gastronómicos del malecón del Cantón Playas a construir una marca sólida, a fortalecer la reputación, atraer y retener talento y clientes, a

establecerse en un mercado donde las tendencias y elecciones de los consumidores son cada vez más consciente y viabilizados a la sostenibilidad, entre muchos otros beneficios. Finalmente, este trabajo de investigación servirá como referente para futuros estudios sobre la responsabilidad social empresarial.

La **idea a defender** es “Las prácticas de responsabilidad social empresarial mejoran a los emprendimientos gastronómicos del Cantón Playas”.

El presente proyecto está constituido por una introducción donde se explica la importancia y relevancia del objeto de estudio desde lo general a lo específico, con el propósito de captar la atención del lector desde su primera impresión. Así mismo se expone el problema, y en él se define el planteamiento del problema, que básicamente muestra la problemática de manera clara y concisa desde una perspectiva macro, meso y micro. Por otro lado, se presenta la formulación del problema donde se plantea una pregunta que expresa el problema principal a resolver, también se muestra la sistematización del problema, compuesta por preguntas específicas que son respondidas durante la investigación. Del mismo modo, se da a conocer el objetivo general y específicos que se pretenden alcanzar a largo del trabajo, también se plantea la justificación teórica y práctica que sustentan el proyecto y finalmente se expone la idea a defender.

El capítulo I marco referencial, se basa en la revisión de la literatura, en donde se analizan los artículos científicos y/o tesis previas que se relacionan con el tema de estudio. Así mismo se presenta el desarrollo de teorías y conceptos, que básicamente es la recolección de información sobre las variables, dimensiones e indicadores; y finalmente están los fundamentos legales, que son las normas y/o leyes que sustentan el trabajo de investigación.

El capítulo II metodología, en este apartado se incluye el diseño que comprende tanto el enfoque como el alcance y método de la investigación que se abordan a lo largo del estudio, por otro lado, se detalla la población y muestra que se entrevistó y encuestó. Así mismo, se da a conocer el tipo de muestreo que se utilizó, las técnicas e instrumentos que permitieron recopilar, analizar y tabular los datos recabados. La validación y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos es otro de los elementos que conforma la metodología de estudio.

El capítulo III resultado y discusión, comprende al análisis e interpretación de cada uno de los resultados obtenidos mediante los instrumentos de la entrevista y encuesta. También se relacionan los resultados con los estudios previos, se contrasta la idea a defender y se proponen acciones para mejorar las prácticas de responsabilidad social en los emprendimientos gastronómicos del cantón.

## **Capítulo I**

### **Marco Referencial**

#### **Revisión de literatura**

Entre la literatura consultada se encuentra la tesis de grado escrita por Segura (2020), que lleva como título “Responsabilidad Social Empresarial en los Restaurantes Formales del Casco Urbano de Chiclayo”, realizada en Perú, Chiclayo. Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar el nivel de responsabilidad social empresarial en los restaurantes formales del casco urbano de Chiclayo. La metodología que se implementó fue la investigación aplicada, con diseño no experimental de nivel descriptivo, su muestra fue de 30 restaurantes en los que aplicaron las encuestas a los administradores para recolectar los datos. De acuerdo a los resultados de la encuesta se obtuvo que el nivel de responsabilidad social empresarial en los restaurantes formales de Chiclayo es poco aceptable, debido al escaso conocimiento que tienen los empresarios de cómo llevar a cabo actividades que comprometan a la sociedad; de la misma manera la postura autosuficiente que tienen las empresas no dan apertura a que se perciban como parte de un sistema con elementos interdependientes, en el que participan el mercado y la sociedad, que son medios para fomentar acciones con responsabilidad social.

El trabajo final de grado elaborado por Gutiérrez (2020), se titula “Camino hacia la RSE, tablero de control para servicios gastronómicos de Córdoba, 2020”, realizado en Argentina, Córdoba. El objetivo principal fue diseñar un tablero de gestión orientado a la responsabilidad social empresarial para que los negocios del sector gastronómicos de Córdoba inicien en la sustentabilidad. La metodología implementada fue con un enfoque cualitativo, con diseño exploratorio y un diseño no experimental transversal, la población fueron las empresas del sector gastronómicas de la Provincia de Córdoba, y la muestra fue de 5 empresas en las que se les realizó una entrevista no estructurada a los propietarios. Se tuvo como resultado que la responsabilidad social empresarial es poco conocida en las pymes del sector gastronómico de Córdoba, por lo que se pudo evidenciar que la aplicación de la RSE es baja debido a la negación de generar costos adicionales, además no consideran cumplir normativas o mejorar su aporte con la sociedad, sino más bien solo se concentran en lograr productos de calidad para ofrecer a los consumidores.

Por consiguiente, está el trabajo de grado elaborado por Neira et al. (2022), que se titula “Responsabilidad Social Empresarial en los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá”, realizado en Colombia, Bogotá. La investigación tuvo como objetivo principal fomentar la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá. La metodología que usaron para

desarrollar su tema de estudio fue con un enfoque descriptivo que les permitió conocer la percepción de los trabajadores que laboran en dicho sector en base a las dimensiones legales, económicas, ambientales y éticas. La población estuvo conformada por los colaboradores de los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá y su muestra representativa fue de 38 trabajadores encuestados. Ellos obtuvieron como resultado que gran parte del personal encuestado percibe a la responsabilidad social empresarial como “una herramienta” para prestar “un buen servicio” atraer y fidelizar clientes, pero no se la considera como iniciativas propias que nacen de las nociones éticas del ser humano, el restante de los colaboradores encuestados consideran que si es importante implementar políticas de Responsabilidad Social Empresarial para poder contribuir con la sociedad y el medio ambiente.

De la misma manera, Pibaque (2023), en su trabajo de integración curricular titulado “Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos turísticos de la Cabecera Parroquial Manglaralto, Cantón Santa Elena, año 2022”, realizado en Santa Elena, Manglaralto. El objetivo principal fue analizar la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos turísticos del malecón de la Cabecera Parroquial Manglaralto. La metodología que se llevó a cabo para la ejecución del estudio fue con un enfoque mixto, es decir, se analizaron datos cualitativos a través de la herramienta guía de entrevistas y se analizaron datos cuantitativos que se recopilaban a través de las encuestas, además tuvo un alcance descriptivo que le facilitó investigar, recolectar y proporcionar información sobre las variables y conocer sobre el problema de investigación, por otro lado, se usó el método inductivo y analítico. La población fueron los habitantes de la comunidad Manglaralto y expertos de RSE, la muestra fue de 270 habitantes, a quienes se le realizó la encuesta para conocer su percepción en base al objeto de estudio, del mismo modo, 3 expertos, fueron entrevistados, para poder identificar problemas y soluciones en la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial. Los resultados arrojaron que el nivel de aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial es bajo, al igual que los otros estudios que se revisaron previamente, por ello se vio necesario proponer acciones para mejorar dicha situación.

El trabajo de grado elaborado por Franco (2024), tiene como título “Responsabilidad Social Empresarial de un Emprendimiento Gastronómico de la Ciudad de Esmeraldas” realizado en Esmeraldas. El objetivo principal fue analizar la responsabilidad social empresarial del emprendimiento Santas Alitas de la ciudad de Esmeraldas en el año 2023. La metodología que aplicaron fue de enfoque cuantitativo y alcance descriptivo con método deductivo y un diseño del tipo exploratorio, no experimental y transversal. La técnica de

recolección de datos que implementaron fue la encuesta donde hicieron uso de un instrumento como es el cuestionario, el que se agrupo en dimensiones (legal, ética, filantrópica y ambiental). La población estuvo constituida por diez trabajadores pertenecientes a los locales de Santas Alitas. Los resultados que se obtuvieron de las dimensiones con relación a la responsabilidad social son positivos, por ende, el nivel de RSE de Santas Alitas es aceptable ya que se evidencia que aplican prácticas responsables para contribuir a los stakeholders.

## **Desarrollo de teorías y conceptos**

### ***Responsabilidad Social Empresarial***

La responsabilidad social empresarial surge como un modelo estratégico que se orienta en satisfacer las demandas y perspectivas de los consumidores, distribuidores, colaboradores y minoristas que exigen un compromiso social y medioambiental más elevado de las compañías a nivel mundial a las que compran sus productos (Rodríguez et al., 2021, p. 173).

La RSE se ha convertido en una tendencia constante en las empresas porque orientan su inversión a aspectos, económicos, sociales, ambientales y éticos con la finalidad de generar rentabilidad a largo plazo (Lara y Sánchez, 2021, p. 102).

La responsabilidad social empresarial, es considerada como una estrategia que emplean las empresas que generan impacto en la sociedad a raíz de sus actividades para crear un vínculo con los stakeholders, creando valor, captando valor y contribuyendo a la mejora de la calidad de vida (García et al., 2023, pp. 85-86).

La responsabilidad social corporativa es el compromiso de las empresas de operar de forma ética, transparente y responsable, generando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. No se trata simplemente de cumplir la normativa o las leyes, sino de generar beneficios para todas las partes interesadas y contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental.

**Dimensión económica.** El aspecto económico no afecta significativamente a la reputación empresarial, por lo que las empresas tienen la obligación de producir y repartir las ganancias entre todos los involucrados, considerando los contratos y las fluctuaciones. Mientras que de manera externa debe contribuir con la comunidad mediante los bienes y servicios que ofrecen, además de aportar a la gestión pública a través del pago de los impuestos (Acosta Hinojosa et al., 2021, pp. 14-15).

El objetivo en la dimensión económica es lograr la obtención de ganancia o utilidades sin arremeter contra los intereses de los stakeholders (Jaimes et al., 2021, p. 204).

La dimensión económica se basa en la manera en que las empresas generan valor económico sin perjudicar a la sociedad y el medio ambiente, es decir, maximizan su

rentabilidad o beneficio y crean valor compartido mientras realizan sus actividades de forma ética, responsable y sostenible.

**Productividad.** Se mide por los resultados alcanzados y los recursos empleados, se compone por la eficiencia que es el uso adecuado de los recursos y la eficacia que hace referencia al logro de los objetivos y metas (Ramírez et al., 2022, p. 194).

La productividad es la correlación entre el volumen total de los servicios o productos terminados y los recursos empleados para cumplir con el nivel de producción, las metas y objetivos organizacionales (Ulloa et al., 2023, p. 238).

La productividad es la relación que existe entre la cantidad de bienes producidos con la cantidad de los recursos utilizados como el humano, tecnológico, financieros, etc. Por lo tanto, es la capacidad que deben tener las empresas para producir bienes o servicios que satisfagan las necesidades de la comunidad con el más mínimo uso de sus recursos.

**Economía local.** Se percibe como un proceso táctico entre las empresas públicas y privadas que buscan mejorar la calidad de vida de la comunidad y lograr un desarrollo equilibrado (Córdova y Sánchez, 2021, p. 8306).

Son las acciones que ejecutan los habitantes de un territorio o comunidad, en conjunto a los agentes socioeconómicos locales públicos y privados, con el fin de mejorar la calidad de vida y utilizar de manera sostenible y eficiente los recursos (Vélez et al., 2022, p. 165).

La economía local comprende el conjunto de actividades económicas como la producción y distribución que ejecutan las empresas de manera local, es decir, en una región o comunidad específica. Las organizaciones aportan a la economía local cuando priorizan el uso de los bienes, servicios, recursos, mano de obra y proveedores del lugar donde funciona el negocio con el fin de contribuir con el desarrollo económico y social.

**Sostenibilidad económica.** Es el equilibrio que existe entre la producción, la preservación de los recursos naturales y los recursos financieros, con el fin de fomentar el crecimiento y la rentabilidad, obteniendo así el máximo beneficio para la empresa (González Macías et al., 2022, pp. 75-76).

La sostenibilidad económica es el equilibrio que debe existir entre la rentabilidad financiera y el crecimiento económico con el impacto que se genera en la sociedad y el medio ambiente. Así como también se la puede definir como la capacidad que se tiene para generar ingresos constantemente, garantizando la viabilidad económica a largo plazo sin poner en riesgo al ambiente y el bienestar de las futuras generaciones.

**Dimensión social.** Es el vínculo que existe entre las organizaciones y la sociedad, ya sea generando empleos, capacitando a los trabajadores, contratado al personal sin discriminación, entre otros beneficios (Borrás y Revollo, 2020, p. 3).

El área social posibilita la evaluación de los principios sociales que aplican las organizaciones con relación a sus grupos de interés, tales como la igualdad de oportunidades, la flexibilidad que ofrecen en el trabajo, la calidad de vida, y la vinculación con la sociedad (Márquez et al., 2023, p. 456).

La dimensión social hace referencia a las acciones y políticas éticas, inclusivas y justa que las empresas u organizaciones adoptan entorno a sus operaciones con el fin de contribuir con la mejora en el bienestar de los colaboradores, proveedores, accionistas, clientes y la comunidad en general.

**Inclusión laboral.** Se considera fundamental en toda la sociedad que exista igualdad de oportunidad laboral incluyendo a personas con discapacidad porque cuentan con talento y habilidad que puede ser muy bien aprovechadas, además empleo es la vía principal para que las personas logren independizarse, adquieran ingresos y participen de manera activa en la sociedad (Cano y Cortés, 2023, p. 2967).

La inclusión laboral es una práctica orientada a garantizar que los individuos tengan las mismas oportunidades de acceso y desarrollo en el entorno laboral, independientemente de su edad, sexo, raza, discapacidad, orientación sexual, creencia religiosa u otros aspectos. Además, se genera un ambiente donde todos los trabajadores se sienten aceptados y respetados, también se fomenta la diversidad.

**Capacitación al personal.** La capacitación permite que los colaboradores sean productivos y realicen sus tareas de manera efectiva, debido a que mediante la educación logran desarrollar sus habilidades y destrezas enlazando sus objetivos personales con los de la organización (Obando, 2020, p. 167).

La capacitación desempeña un papel crucial para las empresas, por lo que no se debe considerar a la implementación de programas de formación continua como un gasto no recuperable, dado que los cursos potencian el rendimiento de los empleados, fortalecen sus destrezas, habilidades y conocimiento, teniendo como resultado el desarrollo profesional y empresarial (Lugo, 2023, p. 9590).

La capacitación al personal es un proceso mediante el cual las organizaciones fortalecen las habilidades, conocimientos y actitudes de los trabajadores con el fin de mejorar su desempeño en las operaciones y que la ejecuten con eficacia y eficiencia. Finalmente, contribuye con el alcance de los objetivos personales y de la organización.

**Seguridad e higiene.** Hace hincapié en las políticas, técnicas y protocolos que deben regirse en las empresas para proteger la salud mental y física de los trabajadores, ya que están expuestos a factores inherentes en sus áreas de operación económica (Ruiz et al., 2022, pp. 109-110).

En términos de seguridad e higiene se refiere al conjunto de acciones técnicas, educativas, médicas y psicológicas utilizadas en las empresas para evitar accidentes e incidentes, con el objetivo de erradicar las condiciones de riesgo en el entorno, preservar la salud física y mental, y educar a las personas sobre la importancia de establecer prácticas preventivas (Juan et al., 2023, p. 36).

La seguridad e higiene se refiere a las medidas, políticas y procesos que adoptan las instituciones para garantizar el bienestar de los trabajadores, otorgándoles un ambiente laboral seguro, saludable y libre de riesgos que puedan comprometer su estado físico y mental o en el peor de los casos su vida. Además, se mejora la productividad, se fortalece la imagen corporativa al estar comprometidos con el bienestar social y se reduce los costos que están ligados con los accidentes laborales.

**Dimensión ambiental.** Permite evaluar la forma en que las empresas identifican y mitigan los impactos negativos que provocan sus operaciones económicas sobre el ambiente (Arias y Batista, 2022, p. 12).

La dimensión ambiental se centra en el compromiso que las empresas deben tener para reducir el impacto negativo que generan sus operaciones en el medio ambiente, y esto lo realizan mediante la aplicación de prácticas sostenibles, sustentables y responsables. Por ende, se busca preservar y promover el entorno natural.

**Políticas ambientales.** Abarca las normativas y responsabilidades que tiene la sociedad con el medio ambiente, las leyes deben incluir acciones que protejan el ecosistema, eviten y reduzcan la contaminación del aire, suelo, agua y que orienten a usar correctamente los recursos naturales (Herrera, 2023, p. 1057).

Las políticas ambientales son aquellas normativas, acciones y principios locales, nacionales e internacionales que las empresas deben cumplir, y a su vez deben establecer políticas ambientales internas para gestionar el impacto que incurre realizar sus actividades económicas. Las políticas buscan integrar la sostenibilidad como parte de las estrategias empresariales con el fin de proteger el ecosistema y el bienestar de las generaciones futuras.

**Ahorro de recursos naturales.** Es el uso racional y eficiente de los recursos naturales en las actividades económicas, como el ahorro de agua y energía eléctrica, entre otros. Los

recursos son indispensables para la sociedad por lo que se requiere de su cuidado y conservación (Morán et al., 2021, p. 1252).

El ahorro de recursos hace referencia a las prácticas responsables que las organizaciones ejecutan para reducir y optimizar el uso de recursos naturales como el agua y la energía. A su vez, se logra la reducción de costos operativos y esto genera beneficios económicos y ayuda a mejorar la competitividad de las empresas.

**Gestión de residuos.** Comprende el conjunto de acciones operativas que están estrechamente vinculadas con el manejo de los desechos sólidos, desde el sitio en que se producen hasta su disposición final (Banguera et al., 2023, p. 331).

La gestión de residuos abarca al conjunto de estrategias que implementan las empresas para manejar eficientemente los residuos que se generan por las actividades comerciales desde su producción hasta su disposición final. Las estrategias incluyen la reducción, reciclaje y reutilización de materiales, así como también el correcto manejo de los residuos peligrosos que puede perjudicar la biodiversidad.

### **Fundamentos legales**

Dentro del contexto de la ley ecuatoriana se mencionan las siguientes normas claves que se relacionan con la responsabilidad social empresarial y los emprendimientos.

### **Constitución de la República del Ecuador (2008)**

#### **Capítulo segundo**

##### Derechos del buen vivir

**Art. 14.-** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

#### **Capítulo sexto**

##### Derechos de libertad

**Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas:

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

## **Capítulo primero**

### Principios generales

**Art. 275.-** El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

**Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos: 2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

**Art. 278.-** Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: 2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

## **Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (2011)**

### **Título I**

#### Del ámbito, objeto y principios

**Art. 4.-** Principios. - Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda: c) El comercio justo y consumo ético y responsable y g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.

## **Capítulo III**

### De los incentivos

**Art. 141.-** Responsabilidad ambiental. - El Estado incentivará a las personas y organizaciones sujetas a esta Ley, así como de artesanos, pequeños productores, microempresas y emprendimientos, para que sus actividades se realicen conforme a los postulados del desarrollo sustentable establecidos en la Constitución y contribuyan a la conservación y manejo del patrimonio natural.

## **Ley orgánica de emprendimiento e innovación (2020)**

### **Capítulo I**

#### Disposiciones fundamentales

**Art. 3.-** Definiciones.

1. Emprendimiento. - Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.

2. Emprendedor. - Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo.

### **Norma ISO 26000 (2010)**

La norma ISO, proporciona una orientación en los principios de responsabilidad social empresarial, independientemente del tamaño o localización, están representadas por la ISO 26000 con el propósito de brindar directrices que permite a las empresas desarrollar practicas responsables en sus operaciones. Además, incorpora el uso de estas políticas como un punto clave de la gestión organizacional.

Esta normativa consiste en que las entidades de cualquier índole adopten una perspectiva ética y sostenible en la toma de decisiones, fomentando la transparencia, rendición de cuentas y respeto hacia las partes interesadas. También, son más conscientes de la necesidad y los beneficios de obtener un comportamiento responsable y desempeño con la sociedad.

### **Objetivos de desarrollo sostenible (2015)**

La Agenda plantea 17 Objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental. La nueva estrategia regirá los programas de desarrollo mundiales durante los próximos 15 años. Al adoptarla, los Estados se comprometieron a movilizar los medios necesarios para su implementación mediante alianzas centradas especialmente en las necesidades de los más pobres y vulnerables.

La Agenda implica un compromiso común y universal, no obstante, puesto que cada país enfrenta retos específicos en su búsqueda del desarrollo sostenible, los Estados tienen soberanía plena sobre su riqueza, recursos y actividad económica, y cada uno fijará sus propias metas nacionales, apegándose a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), dispone el texto aprobado por la Asamblea General.

Además de poner fin a la pobreza en el mundo, los ODS incluyen, entre otros puntos, erradicar el hambre y lograr la seguridad alimentaria; garantizar una vida sana y una educación de calidad; lograr la igualdad de género; asegurar el acceso al agua y la energía; promover el crecimiento económico sostenido; adoptar medidas urgentes contra el cambio climático; promover la paz y facilitar el acceso a la justicia.

## Capítulo II

### Metodología

#### Diseño de la Investigación

##### *Enfoque*

Acosta Faneite (2023, p. 84) expresa que el enfoque de una investigación es la visión teórica o metodológica empleada para tratar un problema en específico. Por lo que, Belloso y Lizardo (2023, p. 264) señalan al enfoque mixto como la combinación entre la investigación cualitativa y cuantitativa, aprovechando las fortalezas que poseen cada uno de los enfoques, lo que permite comprender a fondo el fenómeno de estudios. Considerando las definiciones se optó por usar el enfoque mixto, debido a que se recolectó y analizó tanto datos cualitativos como las opiniones y experiencias de las personas entrevistadas, quienes fueron los especialistas en responsabilidad social empresarial y datos cuantitativos obtenidos a través de la encuesta realizada a los propietarios y colaboradores de los emprendimientos gastronómicos.

##### *Alcance*

Guevara et al. (2020, p. 165) manifiesta que se utiliza el alcance descriptivo cuando se quiere describir una realidad u objeto de estudio en todos sus componentes principales. De manera que, al implementar este alcance descriptivo en la investigación se logró recopilar, describir y analizar información relevante respecto a la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del cantón Playas, con la finalidad de comprender la problemática de estudio.

#### Métodos de la Investigación

##### *Analítico*

Herszenbaun (2022, p. 94) plantea que el método analítico se basa en la descomposición del objeto de estudio con el fin de revelar sus elementos más sencillos y de fácil interpretación, es decir, ayuda a la identificación de las causas y efectos. Se usó el método analítico para observar la manera en que los emprendimientos gastronómicos del cantón Playas aplican la responsabilidad social desde el eje económico, social y ambiental.

##### *Deductivo*

Espinoza (2023, p. 36) expresa que el método deductivo se fundamenta necesariamente en la elaboración de conclusiones generales a raíz de las premisas vinculadas al suceso o fenómeno que se está analizando. En este estudio se hizo uso de este método partiendo de conceptos y teorías en el marco teórico sobre la RSE, sus dimensiones e indicadores, lo que permitió analizar mediante el levantamiento de información la manera en que los emprendimientos gastronómicos aplican prácticas de RSE y posibles acciones de mejora.

## Población y Muestra

### *Población*

Vizcaíno et al. (2023, p. 9746) indica que la población conforma todo un grupo de personas, elementos o fenómenos que poseen características en común y son objeto de análisis. Por lo cual, la población se centró en los propietarios de los 110 emprendimientos gastronómicos del malecón Cantón Playas, también se incluyó a los colaboradores, siendo un aproximado de 3 colaboradores por emprendimiento, el que da un total de 330 colaboradores y finalmente se consideró a 2 especialistas expertos en temas de responsabilidad social empresarial. Posteriormente, se presenta la distribución de la población en la tabla 1:

**Tabla 1**

### *Población*

	<b>Técnica</b>	<b>Cantidad</b>
Propietarios de los emprendimientos gastronómicos	Encuesta	110
Colaboradores de los emprendimientos gastronómicos	Encuesta	330
Especialistas calificados	Entrevista	2
<b>Total</b>		<b>442</b>

*Nota:* Julexy Quinde Cruz

### *Muestra*

Almaguer y Cossio (2022, p. 41) indican que el muestreo probabilístico aleatorio simple, asegura que todas las personas que forman parte de la población tengan la misma posibilidad de ser seleccionado de manera directa para el estudio, por lo que se requiere usar una fórmula para calcular la muestra representativa. Conforme a este concepto se consideró realizar un muestreo probabilístico aleatorio simple, en el que para calcular el tamaño representativo de la muestra se tomó tanto la población de los propietarios y colaboradores de los emprendimientos gastronómicos del Cantón Playas, dando un total de 440 y se usó la siguiente fórmula:

$$\text{Muestra (n)} = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = ? \quad N \text{ (Población)} = 440 \quad Z = 1,96 - 95\% \quad p = 0,5 \quad q = 0,5 \quad d = 0,05$$

$$\text{Muestra (n)} = \frac{440 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (440 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$\text{Muestra (n)} = \frac{440 * 3,8416 * 0,5 * 0,5}{0,0025 * 439 + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$\text{Muestra (n)} = \frac{422,576}{2,0579}$$

$$\text{Muestra (n)} = 205.34$$

$$\text{Muestra (n)} = 205$$

De acuerdo con el cálculo de la fórmula, la muestra representativa es de 205, donde se consideró 75 para los propietarios y 130 para los colaboradores que laboran en los emprendimientos gastronómicos del Cantón Playas. Posteriormente, se detalla la distribución de la muestra, incluyendo a la especialista en la tabla 2:

**Tabla 2**

*Muestra*

	<b>Técnica</b>	<b>Cantidad</b>
Propietarios de los emprendimientos gastronómicos	Encuesta	75
Colaboradores de los emprendimientos gastronómicos	Encuesta	130
Especialistas calificados	Entrevista	2
<b>Total</b>		<b>207</b>

*Nota:* Julexy Quinde Cruz

## **Recolección y Procesamiento de Datos**

### ***Técnicas***

La **entrevista** según González Vega et al. (2022, p. 3) es una conversación basada en preguntas estructuradas o no estructuradas que permiten conocer la experiencia y percepción del entrevistado sobre el fenómeno de estudio. Con base a esta conceptualización, la entrevista facilitó la recolección de datos cualitativos sobre la aplicación de la responsabilidad social en los emprendimientos, se lo realizó mediante preguntas abiertas, las mismas que fueron respondidas acorde a la opinión y experiencia de los entrevistados. Fue dirigida a la Ing. Sabina Gisella Villón Perero y el Lcdo. Eduardo Vinicio Pico Gutiérrez, quienes son expertos en temas de responsabilidad social empresarial.

La **encuesta** según Medina et al. (2023, p. 24) es un técnica eficiente y económica que permite al investigador recolectar datos valiosos sobre las opiniones, percepciones y actitudes de un gran número de individuos o muestra representativa mediante preguntas con orden lógico. Conforme a esta definición la encuesta fue aplicada a los propietarios y colaboradores de los emprendimientos gastronómicos del malecón Cantón Playas, con la finalidad de recabar información verídica sobre la aplicación de la RSE desde las tres dimensiones.

### ***Instrumentos***

La guía de entrevista y el cuestionario son herramienta que permiten recabar información de manera objetiva y organizada, la guía está constituida por preguntas estandarizadas o un diálogo informal con el entrevistado, mientras que, el cuestionario está conformado por preguntas claras, concisas y ordenadas, además debe garantizarse la confidencialidad y privacidad del encuestado (Medina et al., 2023, pp. 39,45).

La **guía de entrevista** fue el instrumento que se aplicó en el levantamiento de datos cualitativos y permitió que la entrevista con los especialistas se desarrolle de manera dinámica y organizada. Este documento constó de ocho preguntas con relación a la variable y dimensiones de la responsabilidad social empresarial.

Mientras que a través del **cuestionario** se levantó información cuantitativa, se lo efectuó mediante preguntas estructuradas que fueron elaboradas con relación a los indicadores de la matriz de consistencia.

### ***Procesamiento de datos***

Según Rivadeneira et al. (2020, p. 22) el software SPSS permite analizar datos, transformarlos, generar tablas y crear gráficos conforme a los requerimientos del investigador. Por lo tanto, en el estudio una vez recabado los datos mediante las encuestas fueron tabulados en el software estadístico IBM SPSS Statistics 26.

### ***Validación y confiabilidad de instrumentos***

Los instrumentos de recolección de datos fueron revisados y analizados por un experto en la materia, y determinó que la guía de entrevista y la encuesta cumplieran con los requisitos requeridos, por lo que se validó y certificó para ser aplicados. Los documentos que dan fe de la validación y certificación de los instrumentos del trabajo de investigación se encuentran en la sección de anexos. Por otro lado, se realizó el cálculo de la confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos a través del Alfa de Cronbach, donde se obtuvo como resultado el 0,801 de confiabilidad, lo que indica que la encuesta realizada a los propietarios y colaboradores es confiable.

### **Tabla 3**

#### *Alfa de Cronbach*

<b>Estadística de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>,801</b>	<b>11</b>

*Nota:* Cálculo de confiabilidad del instrumento de encuesta

## Capítulo III

### Resultado y Discusión

#### **Análisis de los resultados de las entrevistas a especialistas en el área de RSE**

Se realizó la entrevista a la ingeniera comercial Sabina Gisella Villón Perero Mgs, y al licenciado en administración de empresas Eduardo Vinicio Pico Gutiérrez Mgs, con el objetivo de tener una perspectiva general y clara de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos.

#### **1. ¿Cómo percibe la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos?**

Los especialistas perciben que los emprendimientos gastronómicos aún consideran a la responsabilidad social empresarial solo como una obligación ética para seguir operando en el mercado, pero su implementación va mucho más allá, debido a que les ayuda hacer más sostenibles en el tiempo y a fortalecer la eficiencia y eficacia de sus operaciones económicas.

#### **2. ¿Cuál es la importancia de aplicar prácticas de responsabilidad social empresarial?**

Los expertos consideran que la importancia de aplicar prácticas de RSE en los emprendimientos gastronómicos radica en la generación de un impacto positivo en la economía, la sociedad y ambiente donde operan, ya que estas son las áreas que más se ven afectadas por las actividades empresariales.

#### **3. ¿Cuáles son los beneficios de implementar prácticas de responsabilidad social empresarial?**

Según los entrevistados los beneficios que genera la implementación de prácticas de RSE involucran tanto al cliente interno como externo, y entre estos beneficios se encuentra la mejora de la imagen y reputación del negocio, ya que la sociedad es cada vez más exigentes con el cuidado del medio ambiente, se capta y fideliza clientes, así mismo se crea un clima laboral óptimo para el establecimiento, se genera valor compartido con todos los stakeholders, se atrae nuevas oportunidades y fortalece la relación con la comunidad.

#### **4. Desde su experiencia ¿Cuáles son los factores que intervienen en la aplicación de responsabilidad social empresarial?**

De acuerdo con el criterio de los especialistas la aplicación de prácticas responsables involucran a una serie de factores económicos, sociales, ambientales, legales, éticos y culturales como las aportaciones financieras que deben realizar estos

negocios para apoyar el desarrollo de la comunidad, la generación de oportunidades laborales sin distinción alguna, la mejora de las condiciones en el área de trabajo, el respeto por los derechos de sus colaboradores, el ahorro de los recursos naturales usados para la producción, la reducción y gestión eficiente de los residuos, cumplir con las leyes y ante todo actuar con responsabilidad, honestidad y transparencia en su actividades económicas.

**5. ¿Qué acciones aplican los emprendimientos gastronómicos respecto a la dimensión económica?**

Respecto a la dimensión económica los especialistas manifiestan que las acciones que aplican actualmente los emprendimientos gastronómicos son el pago oportuno de sus obligaciones fiscales, la compra de la materia prima a proveedores de la localidad donde funciona su negocio, inversión en el capital humano y el desarrollo económico a largo plazo sin comprometer los recursos.

**6. ¿Qué acciones aplican los emprendimientos gastronómicos respecto a la dimensión social?**

Con base al área social las acciones que aplican los emprendimientos gastronómicos según los expertos se encuentra la generación de empleo en igualdad de condiciones, la buena relación con los stakeholders, la fomentación de un ambiente laboral óptimo, el cumplimiento de los beneficios sociales, el cuidado de la salud mental y física de los trabajadores y las capacitaciones, aunque no se dan en gran medida.

**7. ¿Qué acciones aplican los emprendimientos gastronómicos respecto a la dimensión ambiental?**

En relación con el área ambiental las acciones que aplican los emprendimientos gastronómicos según los entrevistados se señalan a la gestión de los residuos orgánicos e inorgánicos generados por el proceso de producción, aunque no lo realizan de manera eficiente y el ahorro de recursos naturales como el agua y energía.

**8. ¿Qué acciones de RSE recomendaría a los emprendedores gastronómicos?**

Entre las acciones de RSE que los especialistas recomiendan a los emprendedores del sector gastronómico se encuentra la implementación de recipientes para clasificar correctamente los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos generados por los negocios y clientes, así mismo recomiendan que se conformen grupos de trabajo para hacer limpieza en todo el área donde efectúan sus operaciones y finalmente recomiendan realizar capacitaciones continuas para que las prácticas productivas mejoren de manera sostenible.

## Análisis de los resultados de las encuestas

**Tabla 4**

*Edad de los propietarios*

	Frecuencia	Porcentaje
24 – 29 años	1	1,3
30 – 35 años	2	2,7
36 – 41 años	27	36,0
Más de 42 años	45	60,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Rango de edad de los propietarios

**Tabla 5**

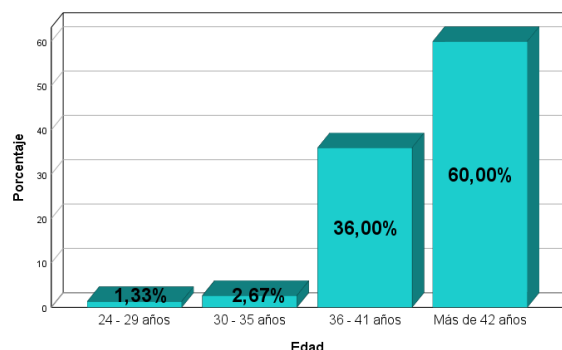
*Edad de los colaboradores*

	Frecuencia	Porcentaje
18 – 23 años	14	10,8
24 – 29 años	24	18,5
30 – 35 años	27	20,8
36 – 41 años	31	23,8
Más de 42 años	34	26,2
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Rango de edad de los colaboradores

**Figura 1**

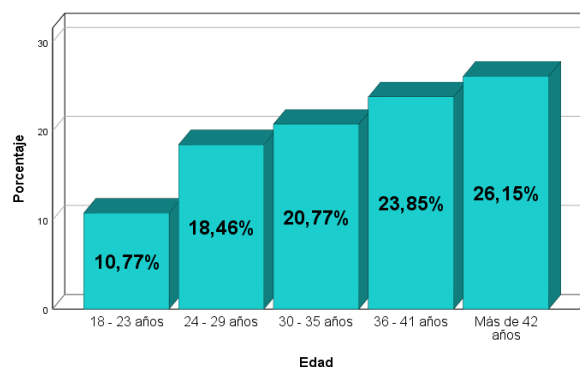
*Edad de los propietarios*



*Nota:* Resultados en porcentajes

**Figura 2**

*Edad de los colaboradores*

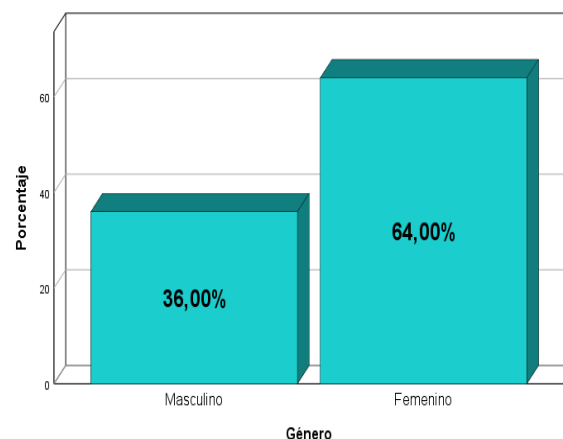


*Nota:* Resultados en porcentajes

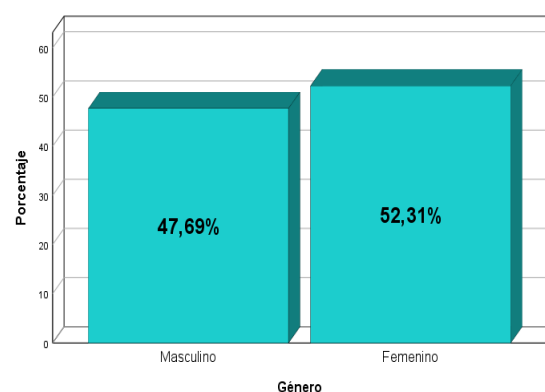
Con relación a los resultados obtenidos se puede observar que la tendencia máxima de edad entre los encuestados es de 36 años en adelante, es decir que la mayor parte de los encuestados que laboran en los emprendimientos gastronómicos, se encuentran en la etapa de vida adulta y cuentan con la experiencia requerida en el área, sin embargo, al ser mayores de edad es probable que estén más orientados a la operación tradicional que a aplicar prácticas sostenibles debido a la escasa formación o desconocimiento que tienen del tema.

**Tabla 6***Género de los propietarios*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	27	36,0
Femenino	48	64,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Datos del género de los propietarios**Figura 3***Género de los propietarios**Nota:* Resultados en porcentajes**Tabla 7***Género de los colaboradores*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	62	47,7
Femenino	68	52,3
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

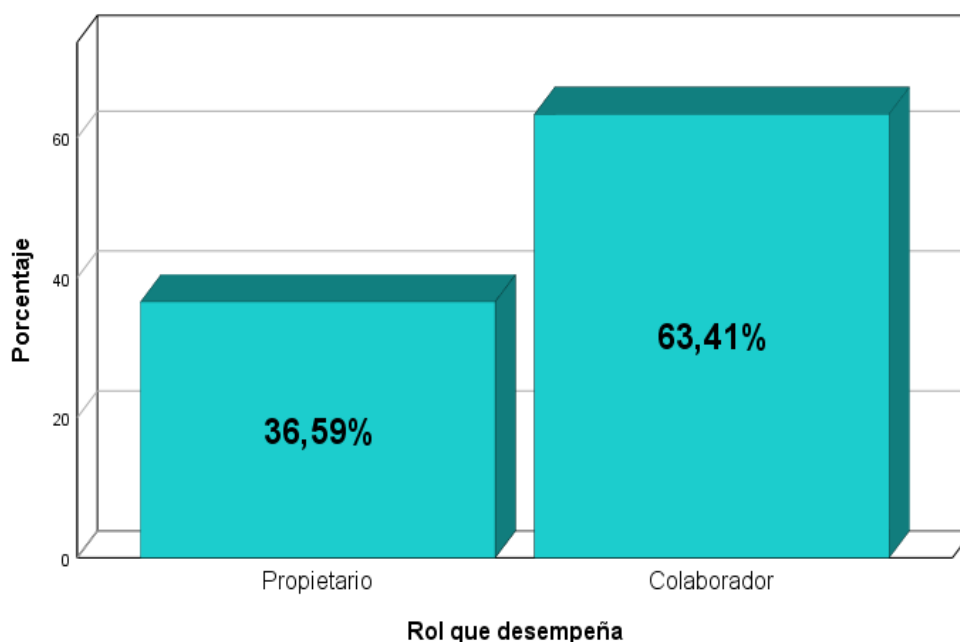
*Nota:* Datos del género de los colaboradores**Figura 4***Género de los colaboradores**Nota:* Resultados en porcentajes

Con base en los resultados se manifiesta que el género que predominó entre los encuestados con mayor porcentaje en ambos segmentos (propietarios y colaboradores) fue el femenino, lo que deja en evidencia que las mujeres tienen un mayor posicionamiento dentro del sector gastronómico, debido a que culturalmente se las relacionan más en temas de preparación de alimentos que a los hombres.

**Tabla 8***Rol que desempeña*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Propietario	75	36,6
Colaborador	130	63,4
<b>Total</b>	<b>205</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Rol que desempeñan los encuestados

**Figura 5***Rol que desempeña*

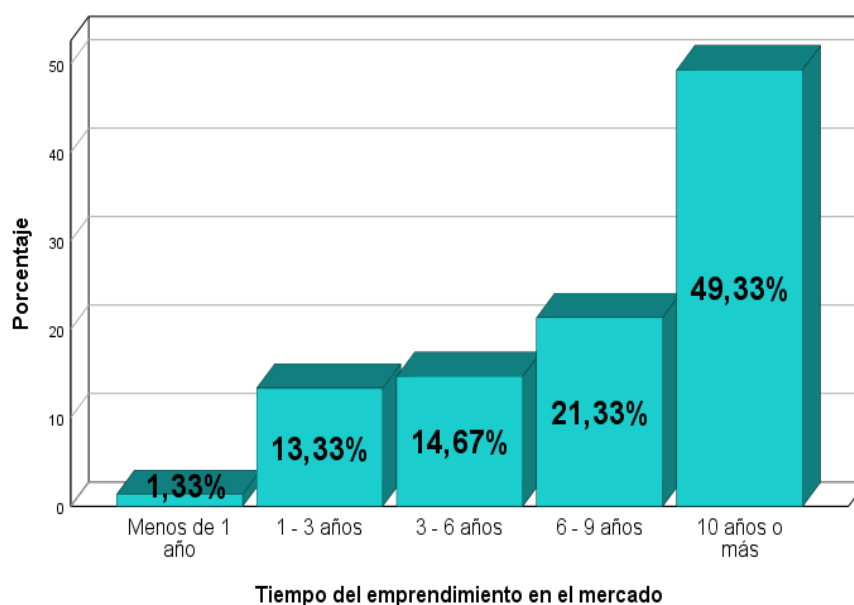
*Nota:* Resultados en porcentajes

La tabla 8 y figura 5, muestran que de las 205 personas que fueron encuestas con relación a la muestra calculada, 75 eran propietarios de los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas y el restante de 130 fueron los colaboradores que prestan sus servicios en estos emprendimientos.

**Tabla 9***Tiempo del emprendimiento en el mercado*

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	1	1,3
1 – 3 años	10	13,3
3 – 6 años	11	14,7
6 – 9 años	16	21,3
10 años o más	37	49,3
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Rango de tiempo de los emprendimientos en el mercado según los propietarios

**Figura 6***Tiempo del emprendimiento en el mercado*

*Nota:* Resultados en porcentajes según los propietarios

Los resultados obtenidos reflejan que la mayoría de los emprendimientos gastronómicos que están posicionados en el malecón del Cantón Playas se encuentran funcionando en el mercado desde hace más de 6 años, por lo que se puede interpretar que estos negocios se han adaptado a los cambios generados en el entorno y han sabido enfrentar crisis ocasionados por factores externos como por ejemplo el Covid-19. Además, se muestra que los porcentajes obtenidos en los rangos de edad van de forma ascendentes, siendo el del menos de 1 año el más bajo.

**Tabla 10**

*¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial?*

	Frecuencia	Porcentaje
Ayuda a reducir el impacto ambiental	15	20,0
Permite solo generar ganancias	3	4,0
Elevado costo de implementación	16	21,3
Mejora la imagen corporativa	9	12,0
Contribuye al desarrollo de la comunidad	32	42,7
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Opinión de los propietarios

**Tabla 11**

*¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial?*

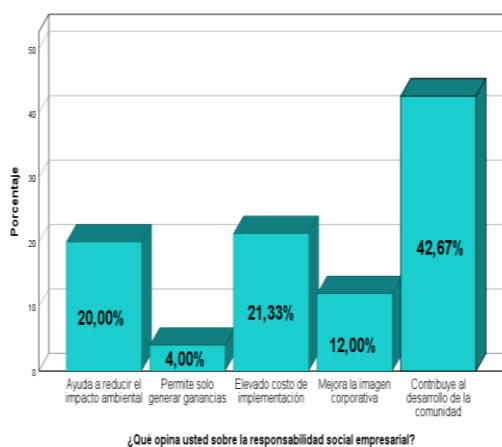
	Frecuencia	Porcentaje
Ayuda a reducir el impacto ambiental	18	13,8
Permite solo generar ganancias	5	3,8
Elevado costo de implementación	25	19,2
Mejora la imagen corporativa	17	13,1
Contribuye al desarrollo de la comunidad	65	50,0
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Opinión de los colaboradores

Conforme a los resultados, los propietarios y colaboradores coinciden con la opinión de que la responsabilidad social empresarial contribuye al desarrollo de la comunidad, así mismo se puede observar que el elevado costo de implementación es otro de los ítems en el

**Figura 7**

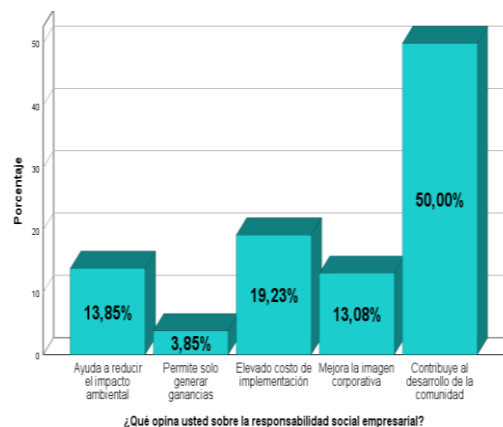
*¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los propietarios

**Figura 8**

*¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

que se plasma un porcentaje significativo, por lo que se puede interpretar que los propietarios y colaboradores consideran que, aunque sea beneficioso la aplicación de prácticas de RSE para la comunidad, a ellos les resultaría un costo adicional elevado en sus operaciones.

**Tabla 12**

*¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	74	98,7
A veces	1	1,3
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Uso eficiente de los recursos según los propietarios

**Tabla 13**

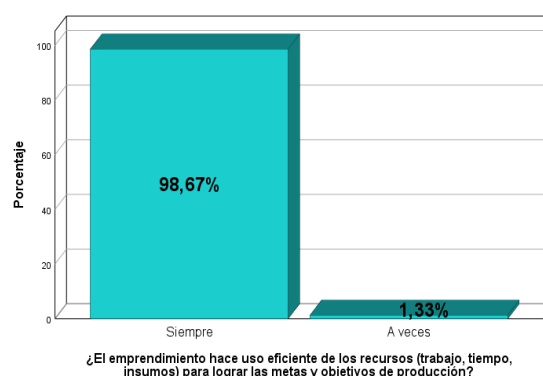
*¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	52	40,0
Frecuentemente	67	51,5
A veces	10	7,7
Rara vez	1	0,8
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Uso eficiente de los recursos según los colaboradores

**Figura 9**

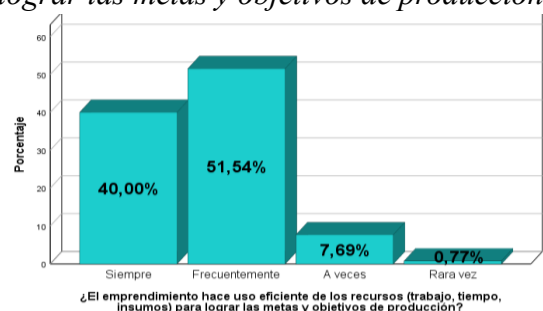
*¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los Propietarios

**Figura 10**

*¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

Conforme se muestran los resultados en la figura 9, los propietarios manifiestan que siempre hacen uso eficiente de los recursos como el trabajo, tiempo e insumos para lograr las metas y objetivos de producción, pero acorde los resultados expuestos en la figura 10, los colaboradores indican que se lo hacen con cierta frecuencia; pese a que los resultados no

coinciden en su totalidad con la misma frecuencia, se puede concluir que la mayoría de los emprendimientos gastronómicos si hacen uso eficiente de los recursos, y solo un mínimo de encuestados consideran que se debe tomar medidas correctivas.

**Tabla 14**

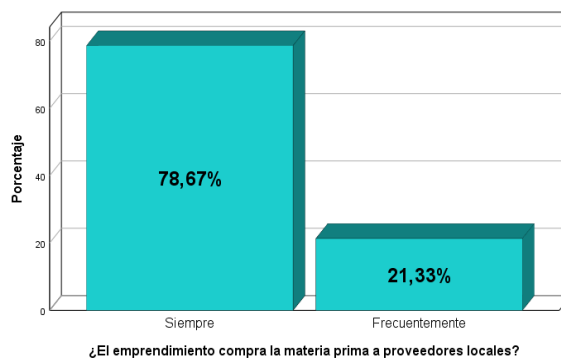
*¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	59	78,7
Frecuentemente	16	21,3
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Compra de materia prima según los propietarios

**Figura 11**

*¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los Propietarios

**Tabla 15**

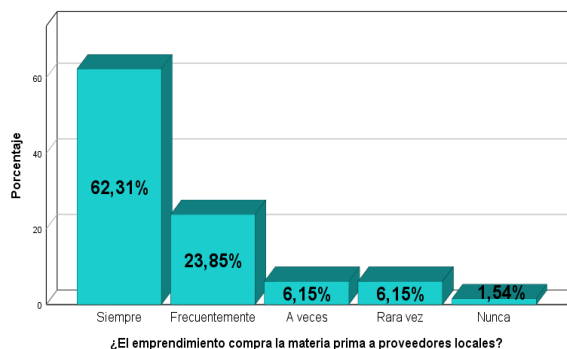
*¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	81	62,3
Frecuentemente	31	23,8
A veces	8	6,2
Rara vez	8	6,2
Nunca	2	1,5
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Compra de materia prima según los colaboradores

**Figura 12**

*¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

Con base a las figuras 11 se puede visualizar que los propietarios manifiestan que los emprendimientos gastronómicos siempre compran la materia prima a proveedores locales, respuesta que ratifican los colaboradores que laboran en estos emprendimientos como se presenta en la figura 12. Sin embargo, hay un porcentaje mínimo de colaboradores que indican que nunca se compra la materia prima a los proveedores locales, por lo que se puede concluir

que los emprendimientos del malecón en su mayoría si contribuyen con la economía local de Playas.

**Tabla 16**

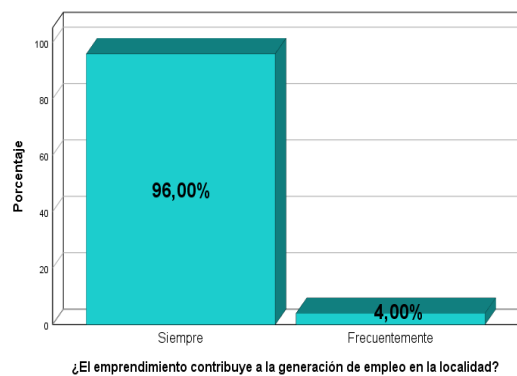
*¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	72	96,0
Frecuentemente	3	4,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Generación de empleo según los propietarios

**Figura 13**

*¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los Propietarios

**Tabla 17**

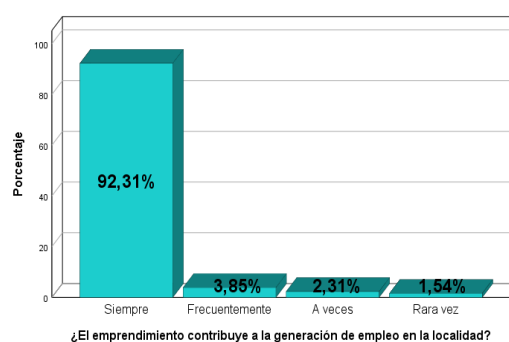
*¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	120	92,3
Frecuentemente	5	3,8
A veces	3	2,3
Rara vez	2	1,5
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Generación de empleo según los colaboradores

**Figura 14**

*¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

En relación con los resultados, los propietarios indican que mediante sus emprendimientos gastronómicos siempre contribuyen con la generación de empleo en el Cantón Playas, información que respaldan los colaboradores. Sin embargo, solo 2 colaboradores, manifiestan que rara vez los emprendimientos contribuyen con la generación de oportunidades laborales en la localidad, por lo que se debe fortalecer esta acción de RSE.

**Tabla 18**

*¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	33	44,0
Frecuentemente	35	46,7
A veces	7	9,3
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Equilibrio entre el crecimiento económico y la RSE según los propietarios

**Tabla 19**

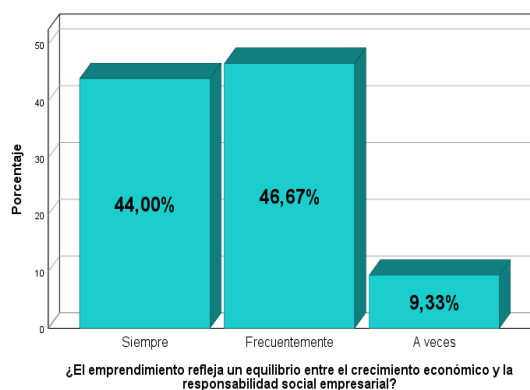
*¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial?*

	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	36	27,7
A veces	50	38,5
Rara vez	26	20,0
Nunca	18	13,8
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Equilibrio entre el crecimiento económico y la RSE según los colaboradores

**Figura 15**

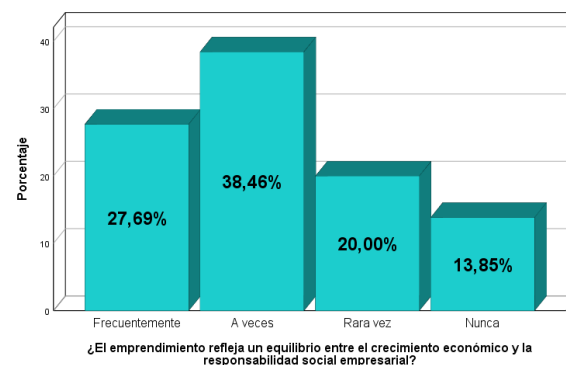
*¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los Propietarios

**Figura 16**

*¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

Los resultados detallan que los propietarios reflejan un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial; pero contrarrestando con los datos obtenidos de los colaboradores se muestra que los emprendimientos en su mayoría solo reflejan a veces el equilibrio entre el desarrollo económico y la RSE, y un mínimo piensan que nunca,

por lo que se debe tomar acciones correctivas para crear un mayor impacto positivo en el ambiente y la sociedad.

**Tabla 20**

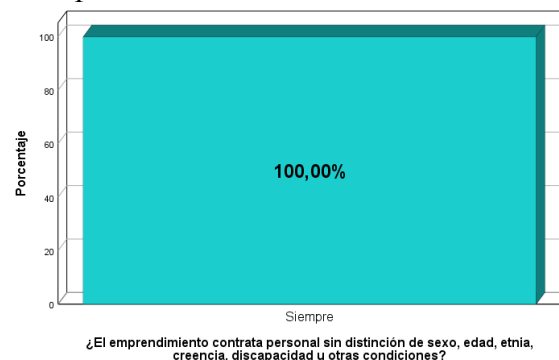
*¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	75	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Contratación de personal según los propietarios

**Figura 17**

*¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los Propietarios

**Tabla 21**

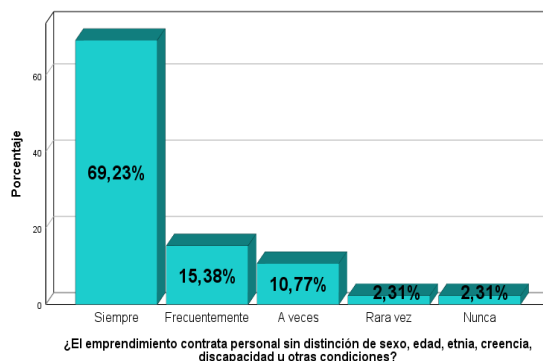
*¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	90	69,2
Frecuentemente	20	15,4
A veces	14	10,8
Rara vez	3	2,3
Nunca	3	2,3
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Contratación de personal según los colaboradores

**Figura 18**

*¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

Los resultados revelan que todos los propietarios encuestados en sus negocios siempre contratan al personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones, además los colaboradores respaldan estos resultados. Sin embargo, un mínimo de

los trabajadores indica que rara vez o nunca se contrata al personal siguiendo estas especificaciones.

**Tabla 22**

*¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	22	29,3
Frecuentemente	12	16,0
A veces	11	14,7
Rara vez	18	24,0
Nunca	12	16,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Capacitaciones continuas según los propietarios

**Tabla 23**

*¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores?*

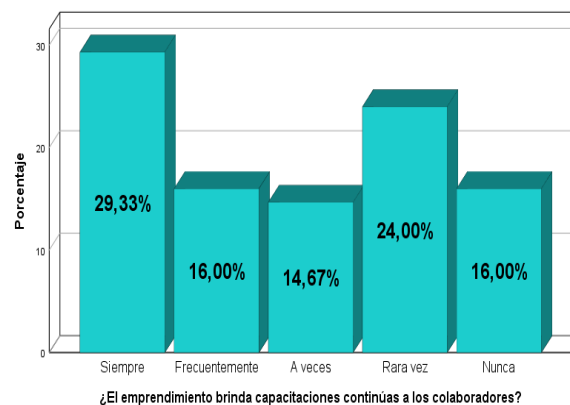
	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	5,4
Frecuentemente	4	3,1
A veces	26	20,0
Rara vez	23	17,7
Nunca	70	53,8
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Capacitaciones continuas según los colaboradores

Los resultados de las encuestas señalan los propietarios si brindan capacitaciones continuas a sus trabajadores; sin embargo, los colaboradores contradicen lo manifestado por los propietarios e indican que nunca han recibido capacitaciones para mejorar las operaciones dentro del negocio. Considerando estos porcentajes se interpreta que esta situación obstaculiza

**Figura 19**

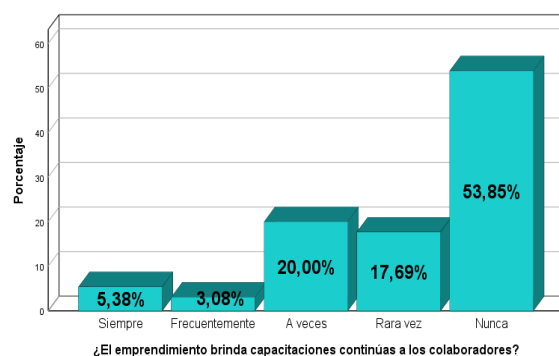
*¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los propietarios

**Figura 20**

*¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

la evolución y desarrollo del negocio y los colaboradores, por lo que se sugiere medidas correctivas.

**Tabla 24**

*¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	48	64,0
Frecuentemente	15	20,0
A veces	12	16,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Indumentaria adecuada según los propietarios

**Tabla 25**

*¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores?*

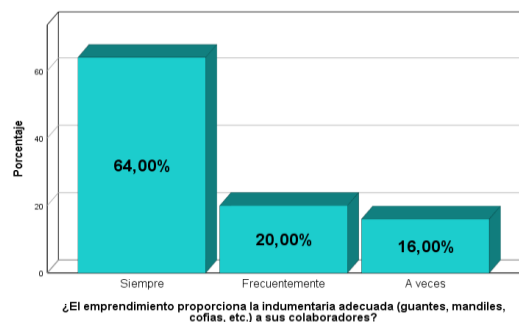
	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	33	25,4
Frecuentemente	14	10,8
A veces	27	20,8
Rara vez	34	26,2
Nunca	22	16,9
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Indumentaria adecuada según los colaboradores

Conforme a los resultados, los propietarios de los emprendimientos señalan que a sus colaboradores para que puedan realizar sus actividades siempre les proporcionan la indumentaria adecuada como guantes, mandiles, cofias, etc. Sin embargo, los colaboradores expresan que los propietarios les proveen la indumentaria rara vez y que son ellos quienes deben traer sus propias indumentarias, mientras que un porcentaje considerable expresan que

**Figura 21**

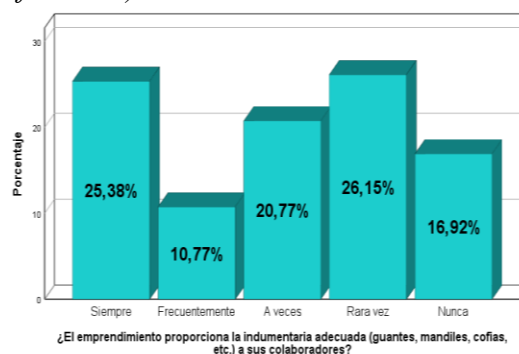
*¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los propietarios

**Figura 22**

*¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

nunca, por lo que se puede interpretar que ciertos negocios si cumplen en cierta medida con lo que indica la interrogante y otros no.

**Tabla 26**

*¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	49	65,3
Frecuentemente	23	30,7
A veces	3	4,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Productos de higiene según los propietarios

**Tabla 27**

*¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores?*

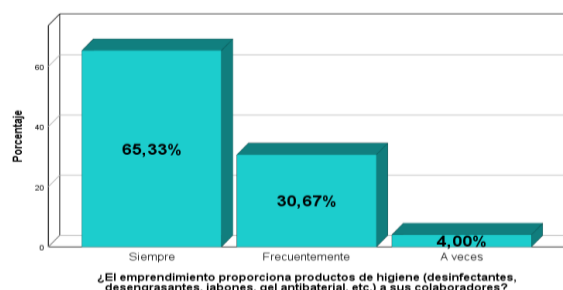
	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	101	77,7
Frecuentemente	13	10,0
A veces	9	6,9
Rara vez	4	3,1
Nunca	3	2,3
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Productos de higiene según los colaboradores

De acuerdo con las respuestas obtenidas en las encuestas se puede identificar que los emprendimientos siempre proporcionan productos de higiene como desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc. a sus colaboradores para mantener en condiciones óptimas el área de trabajo; sin embargo, un porcentaje mínimo señalan que nunca se proveen estos productos de higiene en los negocios.

**Figura 23**

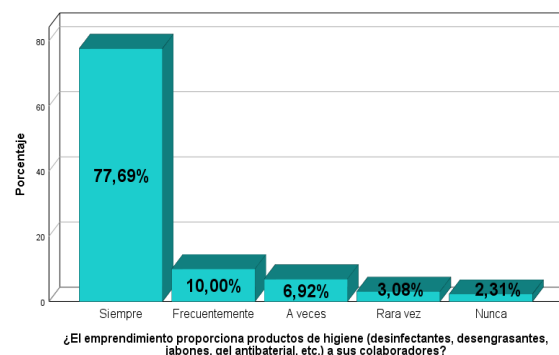
*¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los propietarios

**Figura 24**

*¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

**Tabla 28**

*¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	16	21,3
Frecuentemente	13	17,3
A veces	20	26,7
Rara vez	14	18,7
Nunca	12	16,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Implementación de políticas ambientales según los propietarios

**Tabla 29**

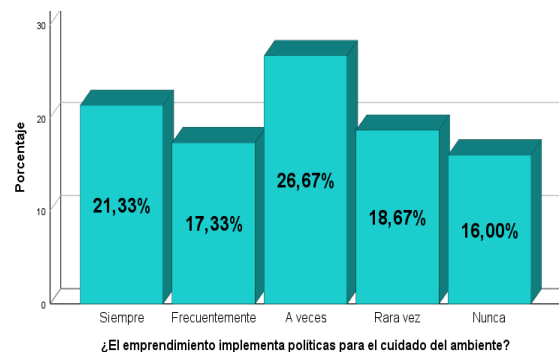
*¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	3,8
Frecuentemente	8	6,2
A veces	24	18,5
Rara vez	41	31,5
Nunca	52	40,0
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Implementación de políticas ambientales según los colaboradores

**Figura 25**

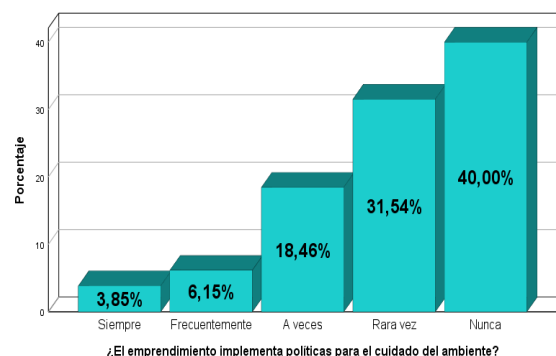
*¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los propietarios

**Figura 26**

*¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

Los propietarios señalan que en sus emprendimientos a veces implementan políticas para cuidar el medio ambiente de las operaciones económicas que realizan a diario, siguiendo lo dispuesto por las autoridades cantonales y un porcentaje significativo indican que nunca implementan políticas ambientales; sin embargo, los resultados obtenidos por parte de los colaboradores contradicen lo expuesto por los propietarios, ya que revelan que nunca se han implementado políticas para preservar el ambiente. Estas variaciones evidencian que en los emprendimientos se están implementando políticas ambientales de manera inconsciente o solo

siguen ciertas normativas proporcionadas por las autoridades, por ello es necesario que se cree un manual de políticas ambientales para contrarrestar el impacto negativo que se está generando en el ambiente.

**Tabla 30**

*¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	67	89,3
Frecuentemente	8	10,7
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Ahorro de recursos naturales según los propietarios

**Tabla 31**

*¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción?*

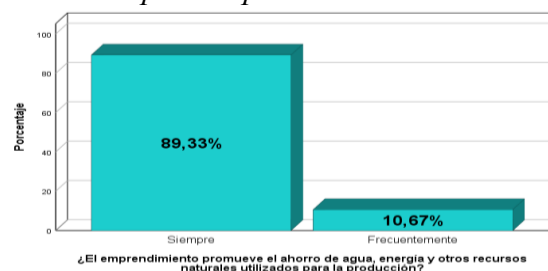
	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	72	55,4
Frecuentemente	25	19,2
A veces	24	18,5
Rara vez	6	4,6
Nunca	3	2,3
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Ahorro de recursos naturales según los colaboradores

Los resultados reflejan que en los emprendimientos gastronómicos del malecón Cantón Playas siempre promueven el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción, solo que ciertos negocios lo promueven con más frecuencias que otros y solo 3

**Figura 27**

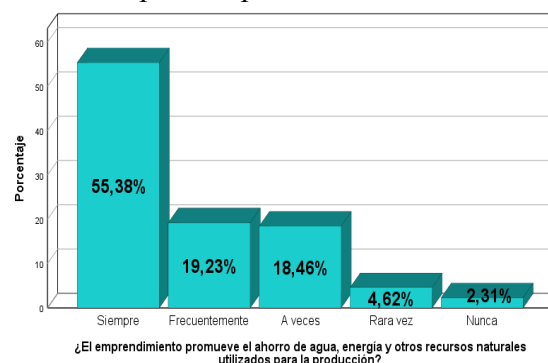
*¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los propietarios

**Figura 28**

*¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

colaboradores opinan lo contrario, es decir, consideran que nunca se promueve el ahorro de los recursos naturales.

**Tabla 32**

*¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	45	60,0
Frecuentemente	8	10,7
A veces	7	9,3
Rara vez	10	13,3
Nunca	5	6,7
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Separación de residuos orgánicos e inorgánicos según los propietarios

**Tabla 33**

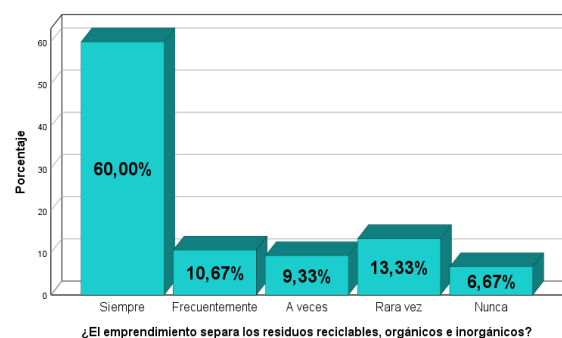
*¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	9,2
Frecuentemente	57	43,8
A veces	42	32,2
Rara vez	13	10,0
Nunca	6	4,6
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Separación de residuos orgánicos e inorgánicos según los colaboradores

**Figura 29**

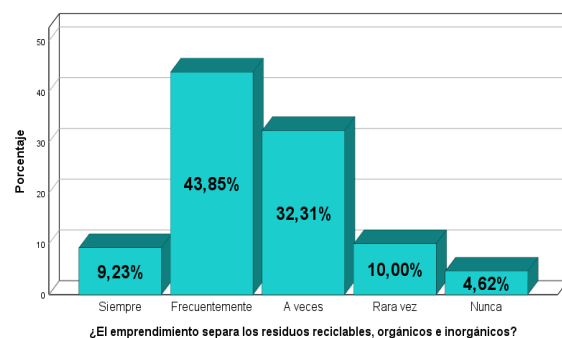
*¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los propietarios

**Figura 30**

*¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos?*



*Nota:* Resultados en porcentajes de los colaboradores

Conforme a la figura 29 y 30, se puede visualizar que más de la mitad de los propietarios si separan los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos que sus negocios generan, y el restante no lo realiza tan frecuentemente, y los colaboradores concuerdan con estos resultados, por lo que se interpreta que los emprendimientos en su mayoría separan los residuos, pero con distintas frecuencias; sin embargo, un bajo porcentaje de los propietarios y los colaboradores

manifiestan que nunca lo hacen, por ellos es recomendable que se establezca una medida correctiva que fortalezca esta práctica en los negocios gastronómicos.

### **Discusión**

Los resultados obtenidos a través de las técnicas de recolección de datos como la entrevista y encuesta dejaron en evidencia la situación actual de los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, en los que se demuestra que los negocios aplican prácticas de responsabilidad social empresarial de forma indirecta y causan en cierta medida un impacto positivo en el ámbito económico, social y ambiental.

Entre los principales resultados obtenidos de las entrevistas con los especialistas en el área de responsabilidad social empresarial se puede destacar que la RSE es aún considerada por los emprendimientos del sector gastronómico como una obligación ética que les facilita operar en el mercado sin interrupciones. También se demostró que las prácticas responsables son de suma importancia para el buen funcionamiento de los negocios, ya que permiten generar un impacto positivo en todas sus áreas, principalmente en la económica, social y ambiental, generando múltiples beneficios como la mejora en la imagen y reputación, la sostenibilidad, la atracción de clientes y oportunidades, la buena relación con los grupos de interés y el valor compartido.

Del mismo modo, se pudo identificar que los principales factores que intervienen en la aplicación de prácticas responsables se encuentran los económicos, sociales, ambientales, éticos y culturales. Estos factores involucran un sinnúmero de acciones que encaminan a los negocios hacia el compromiso con la sociedad y el ambiente, entre estas acciones fundamentales se detalla la gestión de los residuos, la preservación de los recursos naturales como agua y energía, la generación de empleo, la capacitación al personal y el apoyo a proveedores locales.

Los principales hallazgos que arrojaron las encuestas fue que a pesar de que se relacione la responsabilidad social empresarial con la contribución al desarrollo de la comunidad, aún existe un porcentaje significativo que la consideran como un costo elevado de implementación, siendo esto impedimento para que se promulgue con mayor rapidez prácticas sostenibles y se mantenga un equilibrio entre el crecimiento económico y la RSE en este sector tan imprescindible para el país como lo es el gastronómico.

Otro de los aspectos negativos que se hicieron presente es que los propietarios indicaron que en sus negocios si brindan capacitaciones continuas para fortalecer el desarrollo personal del colaborador y del establecimiento, pero la mayor parte de los colaboradores encuestados

revelaron que no es real lo manifestado por los dueños, ya que ellos no han recibido capacitaciones que les ayude a impulsar sus conocimientos, habilidades y destrezas. Así mismo un número considerable de colaboradores manifestaron que los propietarios rara vez les proveen la indumentaria adecuada para que ellos puedan realizar sus actividades, y dejaron en constancia que son ellos quienes deben llevar su propia indumentaria desde casa para cumplir con sus responsabilidades y proteger su integridad física y la del cliente. La implementación de políticas ambientales es otro de los aspectos negativos encontrados, ya que los emprendimientos no han establecido políticas ambientales internas, y solo cumplen a veces con los reglamentos dispuestos por las autoridades competente para seguir en funcionamiento.

Entre los resultados positivos se obtuvo que los emprendimientos con frecuencia hacen uso eficiente del trabajo, tiempo e insumos para lograr sus objetivos y metas de productividad, además compran los insumos a proveedores de la localidad, generan y contratan personal sin discriminación alguna, proporciona productos de higiene para mantener pulcro las áreas de trabajo con el fin de preservar el bienestar del trabajador y consumidor. A su vez se reflejó en los resultados que en cierta medida los negocios gestionan los residuos generados por la producción; sin embargo, deben tomar medidas para fortalecer esta práctica sostenible.

En la investigación realizada por Gutiérrez (2020), los resultados obtenidos fueron que, en las pymes del sector gastronómico de Córdoba, no cuentan con conocimientos actualizados sobre la responsabilidad social empresarial, y por ende no se han inclinado por aplicar prácticas sostenibles, ya que las consideran como un costo extra e innecesario. Sin embargo, observaron que en cierta medida si se evidencia acciones de RSE como la recolección y clasificación de residuos para destinarlos a nuevos usos. Los hallazgos encontrados en la investigación tienen una gran similitud con el estudio del autor antes mencionado, dado que en la actualidad los emprendimientos gastronómicos siguen presentando un escaso conocimiento de la responsabilidad social empresarial, y solo lo aplican de manera superficial, provocando que no se genere un mayor impacto positivo en el área económica, social y ambiental.

Otro de los estudios en el que los resultados se relacionan estrechamente con los obtenidos en la investigación, es el escrito por Pibaque (2023), quien manifestó que las prácticas de responsabilidad social empresarial aplicadas de forma indirecta en los emprendimientos turísticos son deficiente, debido a la escasez de información relacionada a la RSE. Además, se confirmó con base a este estudio que los tres principales factores que intervienen en la aplicación de prácticas responsables se encuentran los económicos, los sociales y los ambientales.

Por otro lado, se contradice los hallazgos que se plantearon en el estudio realizado por Neira et al. (2022) en los emprendimientos gastronómicos, debido a que se señaló que un gran número de colaboradores consideran a la RSE como una herramienta para ofrecer un servicio de excelencia, fidelizar y atraer clientes, más no se la ve como una conducta ética del ser humano. Mientras que los resultados de la investigación reflejan que con un porcentaje significativo los propietarios y colaboradores relacionan a la responsabilidad social empresarial con la contribución al desarrollo de la comunidad, y los especialistas indican que se percibe aún a la RSE en los emprendimientos gastronómicos como la obligación ética para seguir con sus operaciones en el mercado.

Con base a estos resultados se puede confirmar que las prácticas de responsabilidad social empresarial mejoran las actividades económicas y generan beneficios significativos a los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas.

### **Propuesta**

Acciones para mejorar la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas.

### **Antecedentes**

Los emprendimientos gastronómicos se han desarrollado rápidamente en el mercado gracias al turismo, siendo este sector uno de los que genera buenos ingresos y empleo para el País. Pero, actualmente siguen enfrentándose a retos constantes para alinear su actividad económica con las prácticas sostenibles.

Se realizó un análisis previo a través del uso de técnicas de recolección de datos como lo es la entrevista y encuesta, y los resultados revelaron que existe una limitada implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón. Se detectaron debilidades como el escaso conocimiento en términos de RSE, la ausencia de capacitaciones continuas y la carencia de normativas ambientales internas; sin embargo, se identificó prácticas positivas que deberán ser fortalecidas y aprovechadas. A partir de esta propuesta se pretende transformar las amenazas y debilidades que poseen los negocios en fortalezas y oportunidades para cambiar la perspectiva de los clientes y generar valor compartido.

### **Objetivo general**

Fortalecer el compromiso económico, social y ambiental mediante acciones responsables que impulsen el desarrollo sostenible de los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas.

### Objetivos específicos

- Promover un buen clima laboral basado en prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos.
- Establecer prácticas ambientales sostenibles en las actividades productivas de los emprendimientos gastronómicos.
- Fortalecer la relación con entes externos a los emprendimientos gastronómicos para el cumplimiento y mejora de las prácticas sostenibles.

### Análisis de la situación actual

**Tabla 34**

*Matriz FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Separación de residuos orgánicos e inorgánicos</li> <li>• Compra de la materia prima local</li> <li>• Generación de empleo local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a programas de capacitación gratuitos</li> <li>• Mayor inclinación de la sociedad hacia negocios sostenible</li> <li>• Acceso a certificaciones ambientales</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de capacitaciones continuas</li> <li>• Ausencia de políticas ambientales internas</li> <li>• No se proporciona indumentaria adecuada a los colaboradores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elevado índice de delincuencia</li> <li>• Alta competencia del mercado informal</li> </ul>

*Nota:* Julexy Quinde Cruz

**Tabla 35***Matriz CAME*

<b>Estrategias CAME</b>	<b>Aspectos FODA</b>	<b>Acciones propuestas</b>
Corregir (Debilidades)	D1. Ausencia de capacitaciones continuas	Capacitar al propietario y colaboradores.
	D2. Ausencia de políticas ambientales internas	Redactar e implementar de forma obligatoria políticas ambientales.
	D3. No se proporciona indumentaria adecuada a los colaboradores	Invertir y proveer indumentaria adecuada como cofias, guantes, mandiles a los colaboradores.
Afrontar (Amenazas)	A1. Elevado índice de delincuencia	Realizar protocolos de seguridad entre todos los emprendimientos para hacer frente a la delincuencia.
	A2. Alta competencia del mercado informal	Destacar la formalidad como garantía de confianza.
Mantener (Fortalezas)	F1. Separación de residuos orgánicos e inorgánicos	Implementar contenedores de reciclaje para separar los residuos orgánicos de los inorgánicos.
	F2. Compra de la materia prima local	Establecer acuerdos formales con los proveedores locales.
	F3. Generación de empleo local	Promover la contratación formal del personal.
Explotar (Oportunidades)	O1. Acceso a programas de capacitación gratuitos	Participar activamente en los programas de capacitación impulsados por autoridades cantonales.
	O2. Mayor inclinación de la sociedad hacia negocios sostenible	Compartir en redes sociales las buenas prácticas de RSE para atraer más clientes.
	O3. Acceso a certificaciones ambientales	Participar frecuentemente en ferias y concursos que certifiquen negocios sostenibles.

*Nota:* Julexy Quinde Cruz

Tabla 36

## Plan de acción anual

Objetivo General	Objetivos Específicos	Acciones	Actividades	Responsable	Beneficiarios	Control	Fuente de financiamiento
Fortalecer el compromiso económico, social y ambiental mediante acciones responsables que impulsen el desarrollo sostenible de los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas.		Capacitar al propietario y colaboradores	<b>1.1</b> Coordinar con facilitador externo. <b>1.2</b> Definir cronograma, temas a tratar y crear material educativo. <b>1.3</b> Desarrollar 3 capacitaciones (presencial o virtual).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietario</li> <li>Facilitador externo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietario</li> <li>Colaboradores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° de capacitaciones realizadas / N° de capacitaciones planificadas</li> <li>N° de capacitado / Total de colaboradores</li> </ul>	Financiamiento privado
	Promover un buen clima laboral basado en prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos.	Participar activamente en los programas de capacitación impulsados por autoridades cantonales.	<b>2.1</b> Detectar programas gratuitos de capacitación que entreguen certificados. <b>2.2</b> Inscribir y coordinar al equipo que se desea capacitar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietario</li> <li>Colaborador responsable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietario</li> <li>Colaboradores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° de certificados recibidos / N° de personal inscrito</li> </ul>	Financiamiento público
		Invertir y proveer indumentaria adecuada como cofias, guantes, mandiles a los colaboradores.	<b>3.1</b> Cotizar, adquirir y entregar a los colaboradores las cofias, guantes, mandiles para el ejercicio de sus funciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboradores, en especial los de cocina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° de actas de entrega-recepción firmadas / Total de colaboradores</li> </ul>	Financiamiento privado
		Promover la contratación formal del personal	<b>4.1</b> Identificar y contratar los servicios de un asesor legal. <b>4.2</b> Elaborar contratos laborales. <b>4.3</b> Firma y registro de los contratos en el Ministerio de Trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietario</li> <li>Asesor legal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboradores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° de contratos registrados / Total de colaboradores</li> </ul>	Financiamiento privado
		Establecer prácticas ambientales sostenibles en las actividades productivas de los emprendimientos gastronómicos.	Redactar e implementar de forma obligatoria políticas ambientales.	<b>5.1</b> Identificar y contratar los servicios de un asesor ambiental. <b>5.2</b> Diseñar un documento que contenga normativas ambientales que reflejen el compromiso del negocio. <b>5.3</b> Socializar las políticas con los colaboradores. <b>5.4</b> Evaluar el cumplimiento de las políticas ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietario</li> <li>Asesor ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emprendimiento</li> <li>comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manual de políticas ambientales</li> <li>Acta de socialización</li> <li>Ficha de observación sobre el cumplimiento de las políticas ambientales</li> </ul>

	Implementar contenedores de reciclaje para separar los residuos orgánicos de los inorgánicos.	<p><b>6.1</b> Cotizar y comprar contenedores de reciclaje para clasificar los residuos.</p> <p><b>6.2</b> Ubicarlos en lugares estratégicos del negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento</li> <li>• Colaboradores</li> <li>• Clientes</li> <li>• comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N° de contenedores de reciclaje implementados</li> </ul>	Financiamiento privado
	Compartir en redes sociales las buenas prácticas de RSE para atraer más clientes.	<p><b>7.1</b> Diseñar un calendario de publicaciones de videos y fotos de la puesta en marcha de prácticas sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietario</li> <li>• Colaborador encargado de las redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento</li> <li>• Comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N° de publicaciones realizadas / N° de publicaciones planificadas</li> <li>• Estadísticas que arroja las redes sociales</li> </ul>	Financiamiento privado
	Participar frecuentemente en ferias y concursos que certifiquen negocios sostenibles.	<p><b>8.1</b> Identificar ferias y concursos vigentes.</p> <p><b>8.2</b> Preparar la documentación y cumplir los requisitos.</p> <p><b>8.3</b> Inscripción.</p> <p><b>8.4</b> Participación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento</li> <li>• Colaboradores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N° de certificados obtenidos / N° de ferias o concursos inscritos</li> </ul>	Financiamiento privado
Fortalecer la relación con entes externos a los emprendimientos gastronómicos para el cumplimiento y mejora de las prácticas sostenibles.	Destacar la formalidad como garantía de confianza.	<p><b>9.1</b> Colocar en lugares visibles del local los certificados y permisos que reflejan las buenas prácticas sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento</li> <li>• Colaboradores</li> <li>• Clientes</li> <li>• Comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N° Certificados y permisos visibles en el local</li> </ul>	Financiamiento privado
	Realizar protocolos de seguridad entre todos los emprendimientos para hacer frente a la delincuencia.	<p><b>10.1</b> Realizar reuniones de trabajo con los emprendimientos del malecón para detectar riesgos.</p> <p><b>10.2</b> Crear un protocolo que contenga medidas como la iluminación, cámaras, horarios y alarmas para hacer frente a la inseguridad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietarios de los emprendimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimientos</li> <li>• Colaboradores</li> <li>• Clientes</li> <li>• Comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protocolo vigente</li> <li>• Acta de negocios que participan en la realización del protocolo</li> <li>• N° de negocios que cumplen con el protocolo / N° de negocios que participan en el protocolo</li> </ul>	Financiamiento privado
	Establecer acuerdos formales con los proveedores locales.	<p><b>11.1</b> Identificar y contactar a proveedores locales.</p> <p><b>11.2</b> Negociación y firma de acuerdos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietario</li> <li>• Proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N° de acuerdos firmados</li> </ul>	Financiamiento privado

*Nota: Julexy Quinde Cruz*

**Tabla 37***Cronograma del plan de acción anual*

<b>Actividades</b>	<b>Duración</b>	<b>Fecha de inicio</b>	<b>Fecha de terminación</b>
<b>1.1</b> Coordinar con facilitador externo.	1 día	16-02-2016	16-02-2016
<b>1.2</b> Definir cronograma, temas a tratar y crear material educativo.	1 mes	23-02-2026	23-03-2026
<b>1.3</b> Desarrollar 3 capacitaciones (presencial o virtual).	3 días	06-04-2026	08-04-2026
	3 días	10-08-2026	12-08-2026
	3 días	09-12-2026	11-12-2026
<b>2.1</b> Detectar programas gratuitos de capacitación que entreguen certificados.	2 meses	01-08-2026	01-10-2026
<b>2.2</b> Inscribir y coordinar al equipo que se desea capacitar.	7 días	08-10-2026	14-10-2026
<b>3.1</b> Cotizar, adquirir y entregar a los colaboradores las cofias, guantes, mandiles para el ejercicio de sus funciones.	15 días	29-01-2026	12-02-2026
<b>4.1</b> Identificar y contratar los servicios de un asesor legal.	4 días	17-02-2026	20-02-2026
<b>4.2</b> Elaborar contratos laborales.	4 días	27-02-2026	02-03-2026
<b>4.3</b> Firma y registro de los contratos en el Ministerio de Trabajo.	3 días	3-02-2026	05-02-2025
<b>5.1</b> Identificar y contratar los servicios de un asesor ambiental.	3 días	18-03-2026	20-03-2026
<b>5.2</b> Diseñar un documento que contenga normativas ambientales que reflejen el compromiso del negocio.	26 días	23-03-2023	17-04-2026
<b>5.3</b> Socializar las políticas con los colaboradores.	2 días	21-04-2026	22-04-2026
<b>5.4</b> Evaluar el cumplimiento de las políticas ambientales.	2 días	23-04-2026	24-04-2026
<b>6.1</b> Cotizar y comprar contenedores de reciclaje para clasificar los residuos.	15 días	12-01-2026	16-01-2026

<b>6.2</b> Ubicarlos en lugares estratégicos del negocio.	1 días	17-01-2026	17-01-2026
<b>7.1</b> Diseñar un calendario de publicaciones de videos y fotos de la puesta en marcha de prácticas sostenibles.	1 meses	01-01-2026	31-01-2026
<b>8.1</b> Identificar ferias y concursos vigentes.	2 meses	01-06-2026	31-07-2026
<b>8.2</b> Preparar la documentación y cumplir los requisitos.	5 días	03-08-2026	07-08-2026
<b>8.3</b> Inscripción.	1 días	10-08-2026	10-08-2026
<b>8.4</b> Participación.	2 días	20-08-2026	21-08-2026
<b>9.1</b> Colocar en lugares visibles del local los certificados y permisos que reflejan las buenas prácticas sostenibles.	1 día	20-01-2026	20-01-2026
<b>10.1</b> Realizar reuniones de trabajo con los emprendimientos del malecón para detectar riesgos.	2 días	15-01-2026	16-01-2026
<b>10.2</b> Crear un protocolo que contenga medidas como la iluminación, cámaras, horarios y alarmas para hacer frente a la inseguridad.	3 días	21-01-2026	23-01-2026
<b>11.1</b> Identificar y contactar a proveedores locales.	27 días	02-02-2026	28-02-2026
<b>11.2</b> Negociación y firma de acuerdos.	4 días	10-03-2026	13-03-2026

---

*Nota:* Julexy Quinde Cruz

Tabla 38

## Diagrama de Gantt

Actividades	Año 2026											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1.1 Coordinar con facilitador externo.												
1.2 Definir cronograma, temas a tratar y crear material educativo.												
1.3 Desarrollar 3 capacitaciones (presencial o virtual).												
2.1 Detectar programas gratuitos de capacitación que entreguen certificados.												
2.2 Inscribir y coordinar al equipo que se desea capacitar.												
3.1 Cotizar, adquirir y entregar a los colaboradores las cofias, guantes, mandiles para el ejercicio de sus funciones.												
4.1 Identificar y contratar los servicios de un asesor legal.												
4.2 Elaborar contratos laborales.												
4.3 Firma y registro de los contratos en el Ministerio de Trabajo.												
5.1 Identificar y contratar los servicios de un asesor ambiental.												
5.2 Diseñar un documento que contenga normativas ambientales que reflejen el compromiso del negocio.												
5.3 Socializar las políticas con los colaboradores.												
5.4 Evaluar el cumplimiento de las políticas ambientales.												
6.1 Cotizar y comprar contenedores de reciclaje para clasificar los residuos.												
6.2 Ubicarlos en lugares estratégicos del negocio.												
7.1 Diseñar un calendario de publicaciones de videos y fotos de la puesta en marcha de prácticas sostenibles.												
8.1 Identificar ferias y concursos vigentes.												
8.2 Preparar la documentación y cumplir los requisitos.												
8.3 Inscripción.												
8.4 Participación.												
9.1 Colocar en lugares visibles del local los certificados y permisos que reflejan las buenas prácticas sostenibles.												
10.1 Realizar reuniones de trabajo con los emprendimientos del malecón para detectar riesgos.												
10.2 Crear un protocolo que contenga medidas como la iluminación, cámaras, horarios y alarmas para hacer frente a la inseguridad.												
11.1 Identificar y contactar a proveedores locales.												
11.2 Negociación y firma de acuerdos.												

Nota: Julexy Quinde Cruz

## Conclusiones

A través de la observación indirecta y análisis de los emprendimientos gastronómicos del malecón Cantón Playas, se pudo identificar que estos establecimientos aplican prácticas de responsabilidad social empresarial de manera indirecta, es decir no cuentan con objetivos, metas y acciones claras que los orienten a lo que desean lograr como negocio. La razón principal es la escasa formación que tienen los propietarios y colaboradores entorno a la RSE.

El análisis de la situación actual en los emprendimientos gastronómicos del malecón, permitió determinar el principal problema que rodean a estos establecimientos como lo es la carencia de información que los negocios tienen respecto a las prácticas responsables; además ayudó a determinar los principales factores que intervienen en la aplicación de prácticas de RSE, así como también se identificó las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se presentan en estos negocios entorno a la responsabilidad social empresarial y finalmente gracias a este análisis se conoció las acciones indirectas de RSE que aplican.

Mediante la revisión literaria, el análisis de las entrevistas y encuestas se determinó que los factores que intervienen en la aplicación de las prácticas de responsabilidad social empresarial se encuentran el económico, el social, el ambiental, el legal, el cultural y el ético. Estos factores son los que impulsan a los negocios a adoptar acciones responsables que contribuyan con todos los grupos de interés que se encuentran comprometidos con la actividad económica que genera el negocio. Las encuestas revelaron que entre las acciones que aplican de forma superficial los emprendimientos con relación a estos factores se detalla la compra de materia prima a proveedores locales, la generación de empleo, el uso eficiente de recursos naturales, la gestión de residuos orgánicos e inorgánicos, etc.

Con base a los resultados, se propuso acciones para mejorar la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos, se consideró cada una de las carencias presentadas en los negocios, desde las tres principales dimensiones, económica, social y ambiental. Las acciones como el desarrollo de capacitaciones continuas y el aprovechamiento de programas de formación impulsado por autoridades contribuirá con el crecimiento del negocio así como también al desarrollo profesional y personal de los colaboradores y propietarios, por otro lado la implementación de políticas ambientales internas, la entrega de indumentarias adecuadas, la creación de un protocolo de seguridad, los acuerdos con proveedores locales y la comunicación a través de las redes sociales permitirá a los emprendimientos posicionarse con mayor fuerza en el mercado, específicamente en el sector gastronómico, serán más sostenible, logran una alta fidelización y atracción de clientes, y causaran un impacto positivo en el ambiente y la comunidad.

## **Recomendaciones**

Los emprendimientos gastronómicos deben capacitarse en temas de RSE para conocer la importancia y beneficios que conlleva alinearse a este modelo empresarial y puedan establecerse objetivos y metas, así como también tienen que comprometerse a aplicar acciones de responsabilidad social empresarial que les permitan alcanzar un desarrollo económico sostenible generando un impacto positivo en la sociedad y el ambiente donde operan.

Es recomendable que los negocios gastronómicos realicen evaluaciones periódicas una vez que hayan aplicado prácticas de responsabilidad social empresarial, porque esto les otorgara una visión clara de la realidad en la que se encuentra el establecimiento y puedan tomar decisiones correctivas que beneficien a el emprendimiento como a sus grupos de interés y medio ambiente.

Entre los factores definidos es recomendable que se haga mayor énfasis en el económico, social, ambiental y ético, porque son los que mayormente giran en torno a las necesidades de los emprendimientos gastronómicos, creando un impacto positivo en todos sus aspectos; sin embargo, no se debe descuidar los otros factores, ya que también tiene sus contribuciones. La aplicación de prácticas responsables con base a estos factores genera beneficios como la mejora en la reputación e imagen, fidelización y atracción de clientes y genera un buen clima laboral en el establecimiento, etc.

Se recomienda a los propietarios y colaboradores poner en práctica cada una de las acciones de responsabilidad social empresarial propuestas, y a su vez indicarles que deben realizar monitoreos y evaluaciones constantes para asegurarse de que las acciones estén siendo aplicadas de manera correcta y cumplan con los objetivos y metas establecidos, de no ser el caso deberán tomar acciones correctivas para que no afecte la operación económica del negocio.

## Bibliografía

- Acosta Faneite, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Acosta Hinojosa, D., Márquez, V. S., y Pilco, C. T. (2021). Relación Responsabilidad Social Empresarial y Posicionamiento en clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Catalina de Moquegua, agencia Tacna. 2021. *Newman Business Review*, 7(2), 04–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.22451/3006.nbr2021.vol7.2.10062>
- Almaguer, B., y Cossio, E. (2022). Métodos de muestreo para la optimización de diseño de experimentos [Memoria de congreso] . *Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Celaya* . Celaya, Guanajuato, México: Academia Journals. <http://ciateq.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1020/644>
- America Latina Genera. (2010). *Norma ISO 26000*. <https://americalatinagenera.org/wp-content/uploads/2014/09/U4ISO26000.pdf>
- Andrade, C. F. (2021). Responsabilidad social empresarial: una breve revisión teórica para el caso ecuatoriano. *SAPIENTIAE: Revista de Ciencias Sociais, Humanas e Engenharias*, 7(1), 106-117. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8080710>
- Arias, F., y Batista, A. (2022). Responsabilidad social empresarial y competitividad en el sector logístico-aduanero. *Panorama Económico*, 30(1), 8-28. <https://doi.org/https://doi.org/10.32997/pe-2022-4206>
- Ayala, 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/https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Banguera, L., Vera, R., Vásquez, W., y Llamuca, G. (2023). La intervención de la logística en la gestión de residuos sólidos en Latinoamérica. *RECIAMUC*, 7(2), 328-350. [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.\(2\).abril.2023.328-350](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.(2).abril.2023.328-350)
- Belloso, G., y Lizardo, A. (2023). El proceso de investigación científica en las ciencias políticas: enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 24(51), 250-266. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10059973>
- Belmont, M., y Hessling, F. (2024). Ética de las corporaciones, entre capital humano y sustentabilidad: Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de una compañía de distribución de energía eléctrica. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 20(38), 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.18270/cuaderlam.4483>

- Borrás, F., y Revollo, C. (2020). La Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Industriales de Santa Cruz de la Sierra en Bolivia. *Proyecciones*(14), 2-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.24215/26185474e008>
- Cano, O., y Cortés, G. (2023). En busca de la inclusión laboral: diseño de un servicio de búsqueda de empleo inclusivo para personas con discapacidad. *CienciaLatinaRevista Científica Multidisciplinar*, 7(3), 2965-2981. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i3.6387](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6387)
- Constantino, P., y Sánchez, J. A. (2023). Algunas reflexiones en torno al concepto de responsabilidad social empresarial. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 7(2), 24–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.18779/csye.v7i2.468>
- Constitución de la República del Ecuador [Const.]. (2008). *Capítulo II [Derechos del buen vivir] (Artículo 14 )*. Registro Oficial 449 de 20 de octubre del 2008. [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Córdova, A., y Sánchez, K. (2021). Una mirada al desarrollo económico local con enfoque al crecimiento socioeconómico. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 8302-8335. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i5.920](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.920)
- Espinoza, E. E. (2023). La enseñanza de las ciencias sociales mediante el método deductivo. *Revista Mexicana de Investigación e Intervención Educativa*, 2(2), 34-41. <https://doi.org/https://doi.org/10.62697/rmie.v2i2.50>
- Franco, A. M. (2024). *Responsabilidad Social Empresarial de un Emprendimiento Gastronómico de la Ciudad de Esmeraldas [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]*. Repositorio Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/00dc42bb-4fd7-48d4-8464-fed875505d9f/content>
- Gamboa, J. A., Salinas, L. J., Salcedo, V. E., y Nuñez, L. A. (2022). El Triple Bottom Line en las acciones de responsabilidad social Universitaria: Caso Universidad Técnica de Machala. *Telos: Revista De Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 24(2), 430-444. <https://doi.org/https://doi.org/10.36390/telos242.14>
- García, D., Baño, M., y Cevallos, R. (2023). Análisis de la responsabilidad social empresarial en las empresas petroleras. *Universidad Ciencia Y Tecnología*, 27(120), 84-92. <https://doi.org/https://doi.org/10.47460/uct.v27i120.736>
- González Macías, C. J., Villalobos, K. I., Lozoya, L. A., y Toscano, J. A. (2022). El papel de la adaptabilidad como impulsora de la competitividad y sostenibilidad económica: una

- revisión de literatura con enfoque descriptivo. *REVISTA DOXA DIGITAL*, 12(22), 69–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.52191/rdojs.2022.233>
- González Vega, A., Molina, R., López, A., y López, G. (2022). La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las organizaciones. *New Trends in Qualitative Research*, 14, 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e571>
- Guevara, G. P., Verdesoto, A. E., y Castro, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163–173. [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Gutiérrez, M. (2020). *Camino hacia la RSE, tablero de control para servicios gastronómicos de Córdoba, 2020 [Trabajo Final de Grado, Universidad Siglo 21]*. Repositorio Universidad Siglo 21, Córdoba, Argentina. <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/20702>
- Herrera, M. (2023). Desarrollo de Políticas Ambientales Sustentables para Preservar los Principios de Conservación del Medio Ambiente en Bolivia. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(3), 1053-1078. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i3.6248](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6248)
- Herszenbaun, M. (2022). Método analítico y la carencia de síntesis en “El conocer analítico” de la Ciencia de la lógica de Hegel. *Nuevo Itinerario*, 18(2), 92-102. <https://doi.org/https://doi.org/10.30972/nvt.1826199>
- Jaimes, M., Jacobo, C., y Ochoa, S. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria. *Tiempo y economía*, 8(2), 201 - 217. <https://doi.org/https://doi.org/10.21789/24222704.1720>
- Juan, J., Rojo, C., Rojas, Y., Ramírez, D., y García, M. (2023). Higiene y Seguridad en las Organizaciones. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 10(20), 35-37. <https://doi.org/https://doi.org/10.29057/estr.v10i20.9770>
- Lara, I., y Sánchez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados Y Negocios*, 22(43), 97–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- Lasio, V., Amaya, A., Espinosa, M., Mahauad, M., y Sarango, P. (26 de Junio de 2024). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023/2024*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-ecuador-2023-2024>
- Ley orgánica de emprendimiento e innovación. (2020). *Capítulo I [Disposiciones fundamentales]*. Registro Oficial No. 151, 28 de Febrero 2020.

- [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria [LOEPS]. (2011). *Titulo I [Del ámbito, objetivo y principios] (Artículo 4)*. Registro Oficial No. 444 , 10 de Mayo 2011. <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/LOEPS.pdf>
- Lugo, L. (2023). Importancia y beneficios de la capacitación del personal en los spas de Guasave, Sinaloa, México. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 9586-9604. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i1.5160](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5160)
- Márquez, Y., Alcívar, B., Negrín, E., y González, M. (2023). La importancia de la responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional en una empresa constructora. *Revista UNIANDÉS Episteme*, 10(4), 452-465. <https://doi.org/https://doi.org/10.61154/rue.v10i4.3230>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., y Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., y Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Mendoza, C. M., y Loor, H. (2023). Responsabilidad Social Empresarial: una herramienta para la gestión administrativa de las empresas públicas ecuatorianas. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 10(2), 107-126. <https://doi.org/https://doi.org/10.21855/ecociencia.102.804>
- Montoya, D. A., y Chilcon, A. S. (2023). Responsabilidad social empresarial y su impacto en las empresas. *Horizonte Empresarial*, 10(1), 22-32. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2463>
- Morán, J., Pibaque, M., Penafiel, J., y Parrales, J. (2021). Los recursos naturales y su incidencia en la responsabilidad social. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 7(5), 1243-1261. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383867>
- Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible* . <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

- Neira, L. M., Santamaría, M., y Vásquez, W. (2022). *Responsabilidad Social Empresarial en los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá [Trabajo de grado, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca]*. Repositorio Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Bogotá, Colombia. <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/bitstream/handle/unicolmayor/5734/5.Responsabilidad%20Social-M%c3%b3nica%20Santamar%c3%ada%2c%20Lady%20Neira%20y%20Walter%20V%c3%a1squez%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Obando, M. (2020). Capacitación del talento humano y productividad: Una revisión literaria. *ECA Sinergia*, 11(2), 166–173. [https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v11i2.2254](https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2254)
- Pibaque, A. I. (2023). *Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos turísticos de la Cabecera Parroquial Manglaralto, Cantón Santa Elena, año 2022 [Trabajo de integración curricular, Universidad Estatal Península de Santa Elena]*. Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10054/1/UPSE-TAE-2023-0108.pdf>
- Quiñónez, M. d., y Lucio, A. J. (2023). Metodología de Gestión Tributaria Para Mejora de las Obligaciones Fiscales de las Personas Naturales No Obligadas a Llevar Contabilidad del Sector Comercial del Cantón Jipijapa. *Ciencia y Desarrollo. Universidad Alas Peruanas*, 26(4), 225-238. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v26i4.2516>
- Ramírez, G., Magaña, D., y Ojeda, R. (2022). Productividad, aspectos que benefician a la organización. Revisión sistemática de la producción científica. *TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN*, 7(20), 189–208. <https://doi.org/https://doi.org/10.36791/tcg.v8i20.166>
- Rivadeneira, J., De La Hoz, A., y Barrera, M. (2020). Análisis general del spss y su utilidad en la estadística. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 2(4), 17-25. <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/19>
- Rodríguez, K. R., Gallo, J. E., González, M. L., y Carmenate, L. P. (2021). La responsabilidad social empresarial como estrategia de diferenciación de las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 6(3), 171–189. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2021.1832>
- Ruiz, S., García, A., y Mateos, G. (2022). Seguridad e higiene como método de prevención de riesgos laborales. *Revistap*, 1(2), 107-114. <https://revistap.ejeutap.edu.co/index.php/utap/article/view/21>

- Saldarriaga, P. A., y Oviedo, D. (2022). Aplicación de la responsabilidad social empresarial en la cantera MEGAROK S.A. como una estrategia de competitividad. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(4-1), 361-369. [https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/1282/1141](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1282/1141)
- Segura, C. M. (2020). *Responsabilidad Social Empresarial en los Restaurantes Formales del Casco Urbano de Chiclayo [Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]*. Repositorio Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3469/1/TL\\_SeguraAliagaCesar.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3469/1/TL_SeguraAliagaCesar.pdf)
- Sherlock Communications. (2024). <https://www.sherlockcomms.com/es/responsabilidad-social-corporativa-en-latinoamerica/>
- Ulloa, A., Sánchez, A., y Balcazar, M. (2023). La productividad en la empresa de la industria de la transformación . *Revista De Investigaciones Universidad Del Quindío*, 35(1), 236–247. <https://doi.org/https://doi.org/10.33975/riuw.vol35n1.1156>
- Vélez, J., Ortiz, J., Pineda, B., y Acevedo, J. (2022). Medición del desarrollo económico local de dos municipios de Antioquia: categorías capacidad institucional y capital humano. *Ensayos de economía*, 32(60), 160-181. <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/ede.v32n60.100659>
- Vizcaíno, P. I., Cedeño, R. J., y Alejandro, M. I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7658](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658)

## Apéndice

### Apéndice 1

#### Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA	
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS DEL MALECÓN, CANTÓN PLAYAS, AÑO 2024	¿De qué manera se aplica la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024?	Analizar la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024	Las prácticas de responsabilidad social empresarial mejoran a los emprendimientos gastronómicos del Cantón Playas	Responsabilidad social empresarial	Económica	Productividad	<b>ENFOQUE</b> Mixto (cualitativo y cuantitativo) <b>ALCANCE</b> Descriptivo <b>MÉTODOS</b> Analítico Deductivo <b>POBLACIÓN</b> Total de la población 442: 2 especialistas, 110 propietarios y 330 colaboradores de los emprendimientos gastronómicos del cantón. <b>MUESTRA</b> Total de la muestra 207: 2 especialistas, 75 propietarios y 130 colaboradores de los emprendimientos gastronómicos del cantón. <b>TÉCNICAS/INSTRUMENTOS</b> Entrevista: Especialista Encuesta: Propietarios - Colaboradores	
	<b>SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>ESPECÍFICOS</b>				Políticas ambientales		Economía local
								Sostenibilidad económica
	¿Cuál es la situación actual de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024?	Diagnosticar la situación actual de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024			Ahorro de recursos naturales	Inclusión laboral		
						Capacitación al personal		
¿Cuáles son los factores que intervienen en la aplicación de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024?	Identificar los factores que intervienen en la aplicación de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024.	Ambiental	Seguridad e higiene					
¿Qué acciones pueden mejorar la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024?	Proponer acciones para mejorar la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024		Gestión de residuos					

## Apéndice 2

### Solicitud de aprobación de tema



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio No. 005 – REGC – 2025 – OF

La Libertad, 22 de marzo del 2025

Señor,  
 Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
 En su despacho. -

De mi consideración:

Estimado director, reciba de mi parte un cordial saludo y a su vez por este medio, comunico a usted lo siguiente:

Considerando que ha sido realizada la revisión y análisis, por parte del docente tutor y docente especialista, de la propuesta de investigación para el trabajo de titulación del estudiante **JULEXY DEYANETH QUINDE CRUZ** con cédula de identidad **092829020-4** del **paralelo 8/1**, denominado **"RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS DEL MALECÓN, CANTÓN PLAYAS, AÑO 2024"** se ha considerado que el tema no requiere modificación.

Por lo antes expuesto, solicito comedidamente se dé continuidad con la aprobación del tema.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

**Ing. Renzo Gutiérrez Contreras,**  
**MBA.**  
**Docente Tutor**

**Ing. Libi Carol Caamaño López,**  
**Mgt.**  
**Docente Especialista**

**Srta. Julexy Deyaneth**  
**Quinde Cruz**  
**Estudiante**

Archivo  
 C.c. Comisión de Titulación - ADE

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR  
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

**UPSE** ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec

## Apéndice 3

### Fichas de validación de instrumento



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

#### 1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos Gastronómicos del Malecón, Cantón Playas, Año 2024"

Autor del Instrumento: Julexy Deyaneth Quinde Cruz

Nombre del Instrumento: Guía de Entrevista

#### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	RÉGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					X
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

#### 3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 12 de mayo de 2025



Firma del Experto Informante  
Ing. José Giovanni Palacios Meléndez MSc.

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

**UPSE** ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

#### 1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos Gastronómicos del Malecón, Cantón Playas, Año 2024"

Autor del Instrumento: Julexy Deyaneth Quinde Cruz

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Encuesta

#### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					X
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

#### 3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.  
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 12 de mayo de 2025



Firma del Experto Informante

Ing. José Giovanni Palacios Meléndez MSc.

## Apéndice 4

### Certificado de validación de instrumentos



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

#### A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos Gastronómicos del Malecón, Cantón Playas, Año 2024"**, planteado por el/la estudiante **Julexy Deyaneth Quinde Cruz** con cédula de identidad # **092829020-4**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Guía de Entrevista
2. Cuestionario de Encuesta

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base a los indicadores del tema planteado en la matriz de consistencia del trabajo, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 12 de mayo de 2025.



Ing. José Giovanni Palacios Meléndez, MSc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

## Apéndice 5

### Guía de entrevista



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



#### **Entrevista dirigida a especialistas en responsabilidad social empresarial**

**Tema:** Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024.

**Objetivo:** Recabar información sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos desde la experiencia de un especialista.

**Instrucciones:** Contestar a las preguntas de acuerdo con su perspectiva.

**Nombre:**

**Profesión:**

**Género:**

1. ¿Cómo percibe la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos?
2. ¿Cuál es la importancia de aplicar prácticas de responsabilidad social empresarial?
3. ¿Cuáles son los beneficios de implementar prácticas de responsabilidad social empresarial?
4. Desde su experiencia ¿Cuáles son los factores que intervienen en la aplicación de responsabilidad social empresarial?
5. ¿Qué acciones aplican los emprendimientos gastronómicos respecto a la dimensión económica?
6. ¿Qué acciones aplican los emprendimientos gastronómicos respecto a la dimensión social?
7. ¿Qué acciones aplican los emprendimientos gastronómicos respecto a la dimensión ambiental?
8. ¿Qué acciones de RSE recomendaría a los emprendedores gastronómicos?

## Apéndice 6

### Cuestionario de encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Encuesta dirigida a los propietarios y colaboradores de los emprendimientos  
gastronómicos del malecón, Cantón Playas.**

**Tema:** Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas, año 2024.

**Objetivo:** Recabar información sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos del malecón, Cantón Playas.

La información recabada es anónima y confidencial, será procesada netamente para fines académicos.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y marque con una **X** el ítem acorde a su perspectiva, considerando la siguiente escala de Likert.

<b>Escala de Likert</b>				
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Siempre	Frecuentemente	A veces	Rara vez	Nunca

<b>Datos generales</b>						
<b>Edad:</b>		<b>Género:</b>				
18 – 23 años		Masculino				
24 – 29 años		Femenino				
<b>Tiempo del emprendimiento en el mercado:</b>		<b>Rol que desempeña:</b>				
30 – 35 años		Propietario				
36 – 41 años		Colaborador				
Más de 42 años						
<b>Tiempo del emprendimiento en el mercado:</b>		<b>¿Qué opina usted sobre la responsabilidad social empresarial?</b>				
Menos de 1 año		Ayuda a reducir el impacto ambiental				
1 – 3 años		Permite solo generar ganancias				
3 – 6 años		Elevado costo de implementación				
6 – 9 años		Mejora la imagen corporativa				
10 años o más		Contribuye al desarrollo de la comunidad				
N°	Preguntas	<b>Calificación</b>				
		1	2	3	4	5
1	¿El emprendimiento hace uso eficiente de los recursos (trabajo, tiempo, insumos) para lograr las metas y objetivos de producción?					

2	¿El emprendimiento compra la materia prima a proveedores locales?					
3	¿El emprendimiento contribuye a la generación de empleo en la localidad?					
4	¿El emprendimiento refleja un equilibrio entre el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial?					
5	¿El emprendimiento contrata personal sin distinción de sexo, edad, etnia, creencia, discapacidad u otras condiciones?					
6	¿El emprendimiento brinda capacitaciones continuas a los colaboradores?					
7	¿El emprendimiento proporciona la indumentaria adecuada (guantes, mandiles, cofias, etc.) a sus colaboradores?					
8	¿El emprendimiento proporciona productos de higiene (desinfectantes, desengrasantes, jabones, gel antibacterial, etc.) a sus colaboradores?					
9	¿El emprendimiento implementa políticas para el cuidado del ambiente?					
10	¿El emprendimiento promueve el ahorro de agua, energía y otros recursos naturales utilizados para la producción?					
11	¿El emprendimiento separa los residuos reciclables, orgánicos e inorgánicos?					

## Apéndice 7

### *Evidencias de las entrevistas a los especialistas en RSE*





### Apéndice 8

*Evidencias de las encuestas a los propietarios y colaboradores de los emprendimientos gastronómicos*



## Apéndice 9

### Evidencia de las bases de datos en SPSS

Tabulación de encuesta. propietarios.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

77 : Tiempodelempren... Visible: 16 de 16 variables

	Edad	Género	Rolquedesempeño	Tiempodelemprendimientoen	Quéopinustedsobrelarespon	Usoeficientedelosrecursos	Comprademateriaprima	Generacióndeempleo	equilibriointreelcrecimientoec	Contratacióndepersonal	Capacitacionescontínuas	Indumentariaadecuada	Producto sdehigiene	Políticasaraelcuicadodelme	Ahorrodeaguayenergíatc	Residuosreciclables
1	36 - 4...	Masc...	Propiet...	3 - 6 años	Permite so...	Siempre	Siempre	Frecuente...	A veces	Siempre	Siempre	A veces	Frecuente...	Siempre	Siempre	Rara vez
2	Más d...	Masc...	Propiet...	3 - 6 años	Mejora la i...	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Frecuente...	A veces	A veces	Rara vez	Frecuente...	Nunca
3	36 - 4...	Masc...	Propiet...	3 - 6 años	Permite so...	Siempre	Siempre	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	Rara vez	A veces	Frecuente...	Siempre	Siempre	Rara vez
4	Más d...	Masc...	Propiet...	3 - 6 años	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Siempre	A veces	A veces	Frecuente...	Siempre	Rara vez
5	30 - 3...	Masc...	Propiet...	3 - 6 años	Ayuda a re...	Siempre	Frecuente...	Siempre	A veces	Siempre	Nunca	A veces	Frecuente...	Siempre	Siempre	Rara vez
6	36 - 4...	Masc...	Propiet...	6 - 9 años	Contribuye...	Siempre	Siempre	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	A veces	A veces	Frecuente...	Nunca	Siempre	Nunca
7	36 - 4...	Masc...	Propiet...	10 años o ...	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	A veces	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	Siempre	Nunca
8	Más d...	Feme...	Propiet...	3 - 6 años	Elevado co...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...
9	36 - 4...	Masc...	Propiet...	10 años o ...	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	A veces	Siempre	Nunca
10	36 - 4...	Masc...	Propiet...	1 - 3 años	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Rara vez	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Frecuente...
11	Más d...	Feme...	Propiet...	1 - 3 años	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Siempre	Frecuente...	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
12	Más d...	Feme...	Propiet...	1 - 3 años	Mejora la i...	Siempre	Frecuente...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	Frecuente...	Siempre	Siempre
13	Más d...	Feme...	Propiet...	6 - 9 años	Ayuda a re...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Rara vez	Frecuente...	Siempre	Rara vez	Siempre	Nunca
14	Más d...	Masc...	Propiet...	10 años o ...	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Nunca	Siempre	Siempre	Rara vez	Siempre	A veces
15	Más d...	Masc...	Propiet...	3 - 6 años	Permite so...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Rara vez	Siempre	Siempre	Rara vez	Frecuente...	Rara vez
16	Más d...	Feme...	Propiet...	10 años o ...	Ayuda a re...	Siempre	Frecuente...	Siempre	Frecuente...	Siempre	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	Frecuente...	Siempre	A veces
17	24 - 2...	Masc...	Propiet...	1 - 3 años	Mejora la i...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	Frecuente...	Siempre	Siempre
18	36 - 4...	Masc...	Propiet...	6 - 9 años	Elevado co...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Rara vez	Frecuente...	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
19	Más d...	Masc...	Propiet...	10 años o ...	Ayuda a re...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	A veces
20	Más d...	Feme...	Propiet...	1 - 3 años	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Nunca	Siempre	Siempre	Frecuente...	Siempre	Siempre
21	30 - 3...	Feme...	Propiet...	10 años o ...	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre

Vista de datos Vista de variables

Tabulación de encuesta colaboradores.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 16 de 16 variables

	Edad	Género	Rolquedesempeño	Tiempodelemprendimientoen	Quéopinustedsobrelarespon	Usoeficientedelosrecursos	Comprademateriaprima	Generacióndeempleo	equilibriointreelcrecimientoec	Contratacióndepersonal	Capacitacionescontínuas	Indumentariaadecuada	Producto sdehigiene	Políticasaraelcuicadodelme	Ahorrodeaguayenergíatc	Residuosreciclables
1	18 - 2...	Masc...	Colabor...	Menos de ...	Ayuda a re...	Frecuente...	A veces	A veces	Nunca	A veces	Rara vez	Rara vez	A veces	Rara vez	Rara vez	Nunca
2	24 - 2...	Masc...	Colabor...	1 - 3 años	Elevado co...	Siempre	Siempre	Frecuente...	A veces	Rara vez	A veces	Nunca	A veces	Rara vez	A veces	Rara vez
3	24 - 2...	Feme...	Colabor...	3 - 6 años	Mejora la i...	A veces	A veces	Siempre	A veces	Frecuente...	A veces	Rara vez	Frecuente...	Rara vez	A veces	Nunca
4	18 - 2...	Feme...	Colabor...	6 - 9 años	Ayuda a re...	Frecuente...	Rara vez	Siempre	Frecuente...	Frecuente...	Rara vez	Rara vez	A veces	Rara vez	Siempre	Rara vez
5	30 - 3...	Feme...	Colabor...	6 - 9 años	Elevado co...	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	A veces	Frecuente...	Rara vez	A veces	Frecuente...	Rara vez	Rara vez	A veces
6	18 - 2...	Masc...	Colabor...	3 - 6 años	Contribuye...	Siempre	Rara vez	Siempre	Nunca	A veces	Nunca	Rara vez	A veces	Nunca	Frecuente...	Rara vez
7	24 - 2...	Feme...	Colabor...	10 años o ...	Contribuye...	Frecuente...	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Nunca	Frecuente...	Siempre	Nunca	Siempre	Rara vez
8	30 - 3...	Masc...	Colabor...	6 - 9 años	Mejora la i...	Siempre	Rara vez	Siempre	A veces	Rara vez	Nunca	A veces	Siempre	Nunca	Siempre	Rara vez
9	24 - 2...	Feme...	Colabor...	Menos de ...	Permite so...	Frecuente...	A veces	Siempre	Frecuente...	Nunca	A veces	Rara vez	Rara vez	Nunca	Nunca	A veces
10	36 - 4...	Masc...	Colabor...	1 - 3 años	Contribuye...	Frecuente...	A veces	A veces	A veces	Siempre	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
11	24 - 2...	Masc...	Colabor...	10 años o ...	Elevado co...	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Frecuente...	A veces
12	30 - 3...	Masc...	Colabor...	6 - 9 años	Contribuye...	Frecuente...	Siempre	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca	Rara vez	Siempre	Rara vez	Siempre	A veces
13	36 - 4...	Feme...	Colabor...	10 años o ...	Ayuda a re...	Siempre	Nunca	Frecuente...	Nunca	Rara vez	Nunca	Rara vez	Rara vez	Nunca	Nunca	A veces
14	18 - 2...	Masc...	Colabor...	Menos de ...	Contribuye...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Nunca	Siempre	Nunca	Rara vez	Frecuente...	Rara vez	Siempre	A veces
15	24 - 2...	Masc...	Colabor...	10 años o ...	Contribuye...	Siempre	Siempre	Siempre	Nunca	Siempre	A veces	Rara vez	Frecuente...	Rara vez	Siempre	A veces
16	36 - 4...	Feme...	Colabor...	10 años o ...	Elevado co...	Frecuente...	Frecuente...	A veces	Frecuente...	A veces	A veces	Rara vez	Frecuente...	Rara vez	Nunca	A veces
17	18 - 2...	Feme...	Colabor...	3 - 6 años	Elevado co...	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	A veces	Frecuente...	Rara vez	Siempre	A veces
18	Más d...	Masc...	Colabor...	6 - 9 años	Permite so...	Siempre	Siempre	Frecuente...	A veces	Frecuente...	Nunca	Rara vez	Siempre	Rara vez	Siempre	Frecuente...
19	24 - 2...	Feme...	Colabor...	10 años o ...	Contribuye...	Frecuente...	Frecuente...	Siempre	A veces	Frecuente...	Nunca	Rara vez	Nunca	Nunca	Siempre	Frecuente...
20	30 - 3...	Feme...	Colabor...	10 años o ...	Elevado co...	Siempre	Nunca	Siempre	A veces	Siempre	Rara vez	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
21	Más d...	Feme...	Colabor...	3 - 6 años	Contribuye...	Frecuente...	Rara vez	Siempre	A veces	Frecuente...	Rara vez	Nunca	Frecuente...	Nunca	A veces	Frecuente...

Vista de datos Vista de variables

## Apéndice 10

### Certificado de antiplagio




**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

# Trabajo de Titulación - Julexy Deyaneth Quinde Cruz

< 1%

Textos sospechosos



< 1% **Similitudes**  
 0% similitudes entre comillas  
 0% entre las fuentes mencionadas

< 1% **Idiomas no reconocidos**  
 0% Textos potencialmente generados por la IA

**Nombre del documento:** Trabajo de Titulación - Julexy Deyaneth Quinde Cruz.docx

**ID del documento:** b413ab5a1a505b2fe505e1ffb973a1cefab4521c

**Tamaño del documento original:** 1,06 MB

**Depositante:** Renzo Enrique Gutiérrez Contreras

**Fecha de depósito:** 7/6/2025


**Tipo de carga:** interface

**fecha de fin de análisis:** 7/6/2025



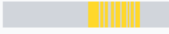




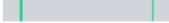
**Número de palabras:** 12.778

**Número de caracteres:** 87.369

Ubicación de las similitudes en el documento:



#### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 <b>Proyecto de Integración curricular - Capitulo I.pdf</b>   Proyecto de integ... #0939d4 El documento proviene de mi grupo 7 fuentes similares	<b>19%</b>		Palabras idénticas: 19% (2557 palabras)
2	 <b>Documento de otro usuario</b> #3e4a70 El documento proviene de otro grupo 26 fuentes similares	<b>2%</b>		Palabras idénticas: 2% (293 palabras)
3	 <b>Documento de otro usuario</b> #045657 El documento proviene de otro grupo 23 fuentes similares	<b>2%</b>		Palabras idénticas: 2% (291 palabras)
4	 <b>Documento de otro usuario</b> #b0a8f8 El documento proviene de otro grupo 9 fuentes similares	<b>1%</b>		Palabras idénticas: 1% (169 palabras)
5	 <b>repositorio.upse.edu.ec</b> <a href="https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10901/1/UPSE-TAE-2024-0022.pdf">https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10901/1/UPSE-TAE-2024-0022.pdf</a>	<b>&lt; 1%</b>		Palabras idénticas: < 1% (108 palabras)

## Apéndice 11

### Cronograma de actividades



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

**Modalidad de titulación:** Trabajo de integración curricular

Nº	Actividades	Marzo				Abril					Mayo				Junio			Julio		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
	Presentación de Anteproyecto																			
	Designación de tutores y especialistas																			
	Aprobación de temas																			
	<i>Desarrollo de los Trabajos de Integración</i>																			
1	<i>Curricular:</i>																			
2	Introducción																			
3	Capítulo I: Marco Referencial																			
4	Capítulo II: Metodología																			
5	Capítulo III: Resultados y Discusión																			
6	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																			
7	Certificado Antiplagio																			
8	Entrega de informe por parte de los tutores																			
9	Entrega de archivo digital del TIC a profesores guía																			
10	Entrega de trabajos de titulación a los especialistas																			
11	Revisión y calificación de los trabajos																			
12	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																			
13	Entrega de archivo digital del trabajo final a la profesora guía																			
14	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																			
15	Aplicación recuperación y publicación de resultados																			
16	Ingreso de calificaciones en el sistema de Gestión académica																			
17	Registro de nómina de estudiantes aprobados y reprobados al final del P.A.O. 2025-1																			
18	Entrega de Informe Final del Docente Coordinador al Director de la Carrera																			