



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

TEMA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL
SECTOR GASTRONÓMICO, CASCO COMERCIAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
AÑO 2024

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

AUTOR:

Ariel Santiago Lindao Aquino

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos del sector Gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad, año 2024“, elaborado por el **Sr. Ariel Santiago Lindao Aquino**, egresado 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 **Licenciado 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,


Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.
Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos del sector Gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad, año 2024”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Ariel Santiago Lindao Aquino** con cédula de identidad número **2400012908** 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



.....
Ariel Santiago Lindao Aquino

C.C. No: 240001290-8

Dedicatoria

Este proyecto va dedicado a todas las personas que me apoyaron y ayudaron a culminar mi trabajo de integración curricular; personas que permanecieron a mi lado y me levantaron el ánimo cuando más lo necesitaba.

Principalmente, se lo dedico a Dios porque a Él le debo todo lo que tengo, todo lo que soy y todo lo que he conseguido durante estos últimos meses. Él ha sido mi mayor fortaleza; me ha brindado sabiduría, salud y oportunidades únicas tanto académicamente como personales, al permitirme conocer a personas únicas que forman parte de vida ahora.

También quiero dedicárselos a mis padres; a mi padre, quien me ha brindado las comodidades necesarias para un buen vivir, además de haberme guiado por un buen camino y reconocido mis logros; a mi madre, quien desde el cielo me cuida y protege; y también a mi tía, quien ha tomado el rol de madre desde que ella falleció; siempre ha estado a mi lado, preocupándose por mí y dándome su apoyo incondicional.

Por último, pero no menos importantes, a mis abuelos, quienes lamentablemente partieron de este mundo durante el desarrollo de mi carrera. Siempre me cuidaron y criaron de la mejor manera, inculcándome valores, enseñanzas y principios que me complementan y me han convertido en la persona que soy ahora.

Por último, a mi mejor amiga, por estar ahí para mí y escuchar mis problemas en los momentos más difíciles, que siempre supo aconsejarme y brindarme su apoyo incondicional. Fue un pilar fundamental para forjar mi actitud y seguir adelante a pesar de todas las adversidades.

Ariel Santiago Lindao Aquino

Agradecimiento

Principalmente a Dios, por la fuerza, la fe y la esperanza que Él me brinda. Él nunca nos abandona y nos brinda muchas oportunidades, ya que, cuando se cierra una puerta, Dios nos abre una ventana. Gracias por brindarme salud, amor, confianza, bondad, fortaleza y sabiduría; ya que, sin su bendición y amor, todo hubiera sido un total fracaso en mi vida.

A mis compañeros de clases, gracias por darme sus ánimos y haberme mostrado su apoyo para cumplir con mis responsabilidades académicas. Algunas veces se presentaron situaciones y momentos duros, pero supimos superarlos y lograrlo como equipo.

A mis profesores, tutor y especialista, por brindarme sus conocimientos y experiencias acerca de la carrera, que forjaron mi perfil profesional; y a las demás personas que, de una u otra manera aportaron para el desarrollo y la culminación de mi trabajo de integración curricular.

Ariel Santiago Lindao Aquino

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

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

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MGS.
PROFESOR ESPECIALISTA

Ing. Sabina Villón Perero, Mgr.
PROFESOR TUTOR

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MGS.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

Lic. Julissa González González
SECRETARIA DE LA CARRERA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción	13
Capítulo I.....	23
Marco Referencial.....	23
Revisión de la literatura	23
Desarrollo de teorías y conceptos	29
Fundamentos legales.....	36
Capítulo II.....	39
Metodología	39
Diseño de la investigación.....	39
Métodos de la investigación.....	41
Población y muestra.....	42
Recolección y procesamiento de datos	44
Validación de instrumentos	45
Capítulo III.....	46
Resultados y Discusión	46
Análisis de los resultados de las entrevistas.....	46
Análisis de los resultados de las encuestas	50
Discusión	67
Propuesta	70
Conclusiones	77
Recomendaciones	78
Referencias.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tabla de la población.....	42
Tabla 2 Tabla de la muestra.....	43
Tabla 3 Género de los encuestados	50
Tabla 4 Edades de los encuestados.....	51
Tabla 5 Contaminación por desechos.....	52
Tabla 6 Conocimiento sobre reciclaje	53
Tabla 7 Gestión de residuos	54
Tabla 8 Reputación ante la sociedad	55
Tabla 9 Compromiso organizacional.....	56
Tabla 10 Bienestar social	57
Tabla 11 Financiamiento	58
Tabla 12 Rentabilidad	59
Tabla 13 Crecimiento empresarial	60
Tabla 14 Transparencia	61
Tabla 15 Cultura organizacional	62
Tabla 16 Sistema de control	63
Tabla 17 Innovación.....	64
Tabla 18 Prácticas saludables.....	65
Tabla 19 Calidad del servicio.....	66
Tabla 20 FODA	71
Tabla 21 Matriz estratégica cruzada.....	72
Tabla 22 Plan de acción.....	73
Tabla 23 Presupuesto.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género de los encuestados	50
Figura 2 Edades de los encuestados.....	51
Figura 3 Contaminación por desechos.....	52
Figura 4 Conocimiento sobre reciclaje	53
Figura 5 Gestión de residuos	54
Figura 6 Reputación ante la sociedad	55
Figura 7 Compromiso organizacional.....	56
Figura 8 Bienestar social.....	57
Figura 9 Financiamiento	58
Figura 10 Rentabilidad.....	59
Figura 11 Crecimiento empresarial.....	60
Figura 12 Transparencia.....	61
Figura 13 Cultura organizacional.....	62
Figura 14 Sistema de control	63
Figura 15 Innovación	64
Figura 16 Prácticas saludables	65
Figura 17 Calidad del servicio	66

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1 Matriz de consistencia.....	84
Apéndice 2 Cuestionario de encuesta.....	86
Apéndice 3 Guía de entrevista	90
Apéndice 4 Validación de los instrumentos	92
Apéndice 5 Oficio del cuerpo de bomberos del cantón La Libertad.....	93
Apéndice 6 Evidencia de encuesta en Jotform.....	94
Apéndice 7 Base de datos en SPSS.....	94
Apéndice 8 Cronograma de actividades.....	95
Apéndice 9 Certificado de Antiplagio	96
Apéndice 10 Encuestas a los trabajadores del sector gastronómico	96
Apéndice 11 Entrevista a las administradoras de los negocios del sector gastronómico	97



Responsabilidad Social Empresarial en los Emprendimientos del sector Gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad, año 2024

Autor:

Ariel Santiago Lindao Aquino

Tutor:

Ing. Sabina Villón Perero, Mgt.

Resumen

El presente trabajo de investigación está orientado hacia la Responsabilidad Social Empresarial implementada en el sector gastronómico, la problemática identificada es la limitada aplicación de prácticas responsables en los negocios. El objetivo general de la investigación es analizar las prácticas de responsabilidad social empresarial mediante un diagnóstico situacional que contribuyen al desarrollo de los emprendimientos del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad. La metodología aplicada fue un diseño de investigación de tipo transversal, con un enfoque mixto y de alcance descriptivo, para la recolección de datos se implementaron encuestas dirigidas a una muestra de 171 trabajadores de los establecimientos, del mismo modo, se realizaron un total de tres entrevistas a los administradores y propietarios de los negocios gastronómicos. A través de los resultados obtenidos, se identificó que algunas prácticas que realizan los emprendimientos son la gestión de sus residuos, transparencia de sus actividades, menús más saludables, etc.; sin embargo, aplican la RSE de manera inadecuada, puesto que existe poco conocimiento sobre la temática. En conclusión, los emprendimientos y negocios del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad, cuentan con una cultura de Responsabilidad Social Empresarial poco desarrollada, pero en crecimiento, donde las prácticas responsables son insuficientes por los limitados conocimientos por parte de los gerentes; sin embargo, la mayoría de los establecimientos busca impulsar los valores de reciclaje y el compromiso entre sus trabajadores.

Palabras claves: *Responsabilidad social empresarial, emprendimientos, sector gastronómico, ventaja competitiva.*



Corporate Social Responsibility in the gastronomic sector enterprises, commercial area of La Libertad canton, year 2024.

Author:

Ariel Santiago Lindao Aquino

Tutor:

Ing. Sabina Villón Perero, Mgt.

Abstract

This research work is oriented towards Corporate Social Responsibility implemented in the gastronomic sector, the problem identified is the limited application of responsible practices in business. The general objective of the research is to analyze the practices of corporate social responsibility through a situational diagnosis that contributes to the development of gastronomic sector enterprises in the commercial area of the canton of La Libertad. The methodology applied was a cross-sectional research design, with a mixed approach and descriptive scope. For data collection, surveys were conducted with a sample of 171 workers in the establishments, and a total of three interviews were conducted with the managers and owners of the gastronomic businesses. Through the results obtained, it was identified that some practices carried out by the enterprises are waste management, transparency of their activities, healthier menus, etc.; however, they apply CSR inadequately, since there is little knowledge on the subject. In conclusion, the enterprises and businesses of the gastronomic sector in the commercial area of the canton of La Libertad have a culture of Corporate Social Responsibility that is little developed, but growing, where responsible practices are insufficient due to limited knowledge on the part of managers; however, most of the establishments seek to promote the values of recycling and commitment among their workers.

Keywords: *Corporate social responsibility, undertakings, gastronomic sector, competitive advantage.*

Introducción

Dentro del mundo de los negocios, la Responsabilidad Social Empresarial es un término relativamente moderno para el sector, debido a que surgió en el comienzo del proceso de la transformación digital. El aspecto de la RSE comenzó a cobrar fuerzas en la última década del pasado milenio, cuando muchas compañías empezaron a incorporarla en su cultura organizacional. Algunos de los factores que impulsaron la temática en las empresas fue la llegada de la globalización, las mayores exigencias de los usuarios y las nuevas tecnologías.

Por tal motivo, hoy en día la mayoría de las empresas, sin importar el tamaño o sector, además de enfocarse en maximizar sus beneficios económicos, también se preocupan por contribuir activamente al bienestar social y ambiental; es decir, se ha convertido en una herramienta clave para que las empresas realicen actividades de manera ética y sostenible. Refiriéndose a que piensen mucho más allá que las obligaciones legales o financieras, y que integren los factores ético y ambiental en su modelo de negocio actual.

Dentro del ámbito gastronómico, la RSE busca principalmente reducir el impacto negativo que genera el proceso de producción y distribución de los negocios pertenecientes al sector, hacia las comunidades donde operan. De tal manera que, las prácticas responsables benefician tanto a la sociedad, como al medio ambiente y a los negocios, lo que mejora su reputación, aumenta la lealtad de los clientes e impulsa la motivación y el trabajo en equipo entre los trabajadores.

Por ejemplo, Carlos Juárez (2024) en un artículo publicado en el portal web “THE LOGISTICS WORLD”, menciona que a nivel Latinoamérica, el 77% de los consumidores procuran comprar o contratar servicios únicamente de empresas socialmente responsables, donde el 78% de los consumidores en México piensan igual, seguido de Brasil con el 77% y Colombia con el 76%, demostrando que la RSE va más allá de la apariencia y un cumplimiento legal, genera un impacto real en las operaciones empresariales y en la influencia de los consumidores.

En un mundo cada vez más interconectado y desafiante, el enfoque de la RSE toma mayor relevancia con la iniciativa de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los ODS abordan grandes problemas de la humanidad, como la pobreza y, uno de los más importantes, la protección del medio ambiente. Por lo tanto, las empresas a través de la Responsabilidad Social Empresarial pueden alinearse con los ODS, lo cual genera un impacto positivo a la sociedad y al medio ambiente; y a la vez contribuyen al logro de los objetivos globales.

Ante esta realidad, Ecuador debe adoptar una nueva visión transformadora; debe establecer políticas públicas y priorizar en su planificación presupuestaria, acciones que estén encaminadas hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental; y al mismo tiempo estén vinculados con la RSE y el cumplimiento de los ODS. En junio de 2023, se publicó el ranking de avances en los objetivos por países de ese mismo año, donde a nivel Latinoamérica y Caribe, Ecuador ocupa la décima posición, con un 70% de avance. Si bien esta posición es aceptable, está lejos de los primeros puestos mundiales, donde Finlandia lidera con un 87%.

Por otra parte, un punto importante que mencionan Ormaza Andrade et al. (2020) es que la RSE, persigue una transformación de paradigmas y un cambio de enfoques, que conduzcan a un desarrollo sostenible en los ámbitos económico, social y ambiental. El cambio requiere de la participación y el compromiso de las empresas públicas y privadas, además de actores como el Estado y comunidad civil, todos son fundamentales para generar un verdadero impacto positivo en un país.

En este contexto, Ecuador debe priorizar las necesidades existentes del país, enfocándose en la generación de oportunidades en temáticas relevantes y de alto impacto, como la disminución y erradicación de la desigualdad de género en todas sus dimensiones, ciudades sostenibles, un crecimiento económico que proporcione un trabajo adecuado para todos los ciudadanos, entre otros, con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible en los ámbitos económico, social y ambiental.

En cambio, en el año 2010, el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), incorporó dentro de sus planes de acción la norma ISO 26000, una norma que ofrece orientación acerca de la RSE; con el propósito de que las empresas, tanto públicas como privadas, busquen la satisfacción de las necesidades de la sociedad sin afectar de manera significativa al medio ambiente. Es indiscutible que Ecuador ha logrado realizar varios avances importantes relacionados con los ODS; sin embargo, es apenas el comienzo para realizar un cambio significativo, el camino por recorrer aún es largo.

A pesar de todo, la RSE ha impactado de manera positiva en el Ecuador, existe un interés genuino por parte de las empresas hacia el cumplimiento del desarrollo sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial. Sin embargo, numerosas empresas la aplican de manera poco efectiva, por la poca familiarización con prácticas responsables. Por tal motivo, las instituciones, deben de socializar e implementar dentro de sus objetivos y todos sus niveles jerárquicos las normativas y la gestión de RSE.

Ciertamente, Santa Elena concretó su provincialización a penas en 2007, impulsada por la población local, de manera que, la provincia es relativamente joven en comparación a las demás provincias del Ecuador; por tal motivo, se han generado desafíos en el desarrollo de las actividades productivas y comerciales de la provincia, principalmente por la dependencia que tuvo de las ciudades de Quito y Guayaquil; sin embargo, en busca de una identidad económica propia, Santa Elena ha crecido gracias al turismo, el sector pesquero y la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

De este modo, Escalante Atan (2024) menciona que, dentro de la provincia de Santa Elena, una gran parte de las pequeñas y medianas empresas evaden el tema de la RSE dentro de sus modelos de negocios; aunque, los pocos negocios restantes procuran aplicarla, debido a que, representa un plan de mejora continua, además de generar una ventaja competitiva sobre la competencia; asimismo, si buscan expandirse a futuro, debe ser prioridad en sus actividades y procesos.

De acuerdo con Canessa Illich y García Vega (2005) existen grandes ventajas y beneficios que la RSE puede ofrecer a una empresa: el mejoramiento del desempeño financiero, la reducción de costos operativos y el mejoramiento de la reputación de la empresa y la imagen de la marca. A través de prácticas responsables, las empresas impactan de manera positiva a la sociedad; además, en el ámbito económico, mejora las condiciones de vida y el bienestar de la sociedad, mediante la generación de empleos.

Por lo tanto, dentro del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad, las prácticas responsables dependen de la moral y la ética de cada uno de los individuos que conforman los negocios ubicados en la zona. De este modo, la Responsabilidad Social Empresarial del negocio dependerá de la suma de las responsabilidades individuales de sus miembros, de tal manera que, puedan crear bienes y servicios para el bienestar social, además de impulsar el progreso de la sociedad.

En síntesis, la RSE en Ecuador está alineada con los ODS, lo que contribuye a las áreas económicas, políticas, sociales, ambientales y éticas de las empresas. Su aplicación genera ventaja competitiva y mejora la eficiencia y el rendimiento de las empresas; en virtud de eso, las empresas tienen la posibilidad de transformarse en agentes activos de cambio, deben integrarlos como parte central de su gestión, lo que favorecerá el desarrollo del país, generará un impacto positivo en la sociedad y a la vez asegurará la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

Por lo tanto, dentro del **planteamiento del problema** se destaca que, la responsabilidad social empresarial es un tema muy importante y que ha tomado mucha relevancia dentro de las empresas a nivel mundial en los últimos años. Para López De La O (2024) en el mundo existen empresas que son conscientes de que la RSE es muy importante para su crecimiento; sin embargo, el principal problema radica en que, se sigue mostrando demasiado desinterés por el tema. Las empresas evitan implementarla porque deben adquirir distintos compromisos, teniendo como absoluta prioridad la parte económica.

Asimismo, Merejildo Flores (2023) menciona que el tema de RSE debe ser un punto fundamental en la administración y los objetivos de todas las empresas; aun así, para los emprendimientos y microempresas es de menor prioridad, debido a que se enfrentan a una realidad donde una serie de dificultades o barreras limitan su implementación, limitantes impulsadas principalmente por la presencia de distintos enfoques de los grupos de interés, donde la implantación de la RSE, representa un gasto adicional más que un beneficio.

Sin embargo, las causas del desinterés en la implementación de la RSE por parte de las empresas pueden variar de acuerdo con su liderazgo, lo cierto es que, en su mayoría escasean los conocimientos necesarios o el compromiso genuino de implementar prácticas responsables entre sus objetivos empresariales; lo que explicaría en parte el descuido de las empresas acerca del cuidado y preservación del medio ambiente. Por lo general, la gerencia justifica sus acciones para evitar más inversiones en las comunidades en las que operan.

En algunos casos, las empresas afirman que ya contribuyen activamente a la comunidad, basan sus afirmaciones en mostrar la cantidad de dinero donado a ciertas caridades, se justifican en la cantidad de horas que sirven como voluntarios en su tiempo libre y el cargo de los directivos que ocupan en diferentes organizaciones sin fines de lucro. Si bien en parte sus acciones contribuyen al bienestar social y actúan de manera responsable, las empresas pueden generar un impacto aún mayor.

Al hablar de ámbitos financieros, las empresas suelen cuestionarse ¿Qué beneficios les traerá actuar responsablemente?, con el objetivo de frenar a los impulsores del cambio. En otras palabras, las empresas siempre buscarán el retorno de la inversión, sin importar que se utilice para la construcción de nueva infraestructura o para un programa de concientización en su comunidad local. Por lo tanto, si una estrategia de RSE se alinea correctamente con los objetivos y flujos de ingreso de una empresa, los beneficios serán tanto sociales como empresariales.

Actualmente, en Ecuador una de las mayores tendencias es adaptar la Responsabilidad Social Empresarial a todos los procesos internos y externos de las organizaciones, principalmente si brindan productos o servicios a la comunidad, lo que dinamizará el crecimiento laboral, también fortalecerá su imagen social, y al mismo tiempo, beneficiará al ecosistema, preservando la salud de la comunidad y, el cuidado y protección del medio ambiente.

Por tal motivo, es importante la implantación de la RSE en las empresas ecuatorianas; sin embargo, existen limitantes que afectan en mayor o menor medida, dependiendo de su tamaño, poder implementar las prácticas responsables. Álvarez Morales et al. (2019) mencionan que pueden encontrarse límites operativos y de alcance, que impidan o dificulten su implementación en las empresas; una limitante interna que se repite en la mayoría de las empresas es la resistencia al cambio por parte de los directivos, principalmente porque la perciben como una interferencia en los beneficios económicos.

En algunas empresas se ahorran el gasto de realizar un control de desechos en sus procedimientos y actividades, por lo tanto, al medir incorrectamente sus desperdicios, inconscientemente perjudican de manera directa a los sectores y comunidades cercanas a sus instalaciones; en pocas palabras, en lugar de aportar significativamente al desarrollo social, lo afecta negativamente; debido a que los directivos de las empresas, por lo general, suelen pensar más en alcance y poder que tendrán en el mercado, que en adoptar medidas sostenibles.

Por otra parte, Ecuador goza de una amplia biodiversidad y recursos naturales, es un país destacado por su flora y fauna; a pesar de ello, los cambios climáticos y el aumento de la contaminación ha provocado un deterioro en los ecosistemas naturales; una de las razones principales de la contaminación es el modelo de producción y consumo que siguen la mayoría de empresas ecuatorianas, se basa únicamente en el uso y descarte de los productos, lo cual genera más desperdicios que afectan al medio ambiente.

En la actualidad, uno de los grandes problemas medio ambientales que tiene Ecuador; es que muchos negocios, ya sean grandes o pequeños, tienden a tirar sus residuos a los botaderos de basura acumulados en las calles, o en el peor de los casos tienden a quemarlos, sin pensar en el daño que esto causa al ambiente; además que, varios materiales desechados pueden ser reciclados para la fabricación de nuevos productos o complementar otros ya existentes.

En este sentido, los emprendimientos ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad pertenecientes al sector gastronómico, se proponen como desafío una satisfacción simultánea entre los emprendimientos y la sociedad donde operan. Sin embargo, existe una disparidad entre las visiones de los emprendimientos dentro del mismo sector; en algunos casos, habrá emprendimientos que, actúan de manera poco adecuada por la carencia de experiencia y conocimientos en el área de la RSE, consideran que sus actividades generan poco impacto en la sociedad.

Según los autores Suárez Rodríguez y Burgos Vera (2018) el tema de la RSE en la provincia de Santa Elena ha sido un objeto de varios estudios académicos; dentro de su artículo identificaron un patrón que se repetía constantemente en las empresas estudiadas, donde dependiendo del sector y ubicación, la implementación de prácticas responsables se ve limitada principalmente por los principios y valores de los empresarios, quienes en su mayoría vela por el beneficio económico, que por el esfuerzo consciente de aportar al desarrollo de la comunidad.

Otra limitante es la escasez de recursos, los ingresos generados por los emprendimientos del casco comercial del cantón La Libertad, los limita al momento de adquirir nuevas tecnologías más sostenibles, o al momento de costear la formación y capacitación necesaria para el personal. La mayoría de las veces, los establecimientos tienen una idea errónea del tema; lo perciben más como un gasto adicional incapaces de incurrir, en lugar de una inversión a largo plazo, que les generará una ventaja competitiva.

También existe una desconexión con la comunidad, donde los emprendimientos suelen guiarse por las tendencias virales del internet y lo superficial, sin tomar consciencia de las necesidades, valores o cultura de la comunidad; por lo tanto, aplican de manera poco efectiva la RSE, lo cual provoca cierto tipo de rechazo o desconfianza por parte de los consumidores, de manera que optan por elegir otras opciones más responsables, lo que genera daños a la imagen pública del establecimiento, además de comprometer su legitimidad y reputación.

Consecuentemente, la mala reputación de los emprendimientos provocada por las malas prácticas de RSE, genera una desmotivación por parte de los empleados, y, en consecuencia, ocasiona pérdida de clientes y un desequilibrio en la economía del sector donde operan. Lo que afectaría de manera directa al bienestar de los ciudadanos, esto también implicaría perder oportunidades de alianzas estratégicas con marcas u otras empresas más grandes.

Una vez mencionado la problemática principal del tema expuesto anteriormente, y haciendo hincapié en sus causas y efectos, se planteó la siguiente interrogante como **formulación del problema:**

¿De qué forma las prácticas de responsabilidad social empresarial contribuyen al desarrollo de los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad?

De la interrogante se desglosan otras que forman la **sistematización del problema**, las nuevas interrogantes permitieron analizar de diferentes perspectivas el problema principal:

- ¿Cuál es la situación actual en los emprendimientos del sector gastronómico con la responsabilidad social empresarial, casco comercial del cantón La Libertad?
- ¿Cuáles son los factores que intervienen en la responsabilidad social empresarial de los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad?
- ¿Cuáles son las prácticas de responsabilidad social empresarial más adecuadas que requieren los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad?

Mediante las interrogantes presentadas anteriormente, se plantean los objetivos de la investigación que permitieron obtener los resultados del trabajo de investigación, como **objetivo general:**

Analizar las prácticas de responsabilidad social empresarial mediante un diagnóstico situacional que contribuyen al desarrollo de los emprendimientos del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad.

Además, del objetivo general del trabajo de investigación, se desagregan los siguientes **objetivos específicos** que permitieron alcanzar el objetivo general de la investigación:

- Diagnosticar la situación actual en los emprendimientos del sector gastronómico con respecto a la responsabilidad social empresarial en el casco comercial del cantón La Libertad.
- Identificar los factores que intervienen en la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad.
- Proponer las prácticas de responsabilidad social empresarial más adecuadas para los emprendimientos del sector gastronómico del casco comercial del cantón La Libertad.

En cuanto a la **Justificación teórica** es necesario analizar la situación actual de los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad, y obtener información que permita conocer sobre los principales motivos de la implementación de la RSE dentro de sus actividades, además de un requisito legal, también desde el punto de vista ambiental, social y económico.

López De La O (2024) establece que, para una correcta gestión dentro de las empresas, es indispensable la implementación de prácticas socialmente responsables que permitan mejorar los procesos y actividades, lo cual reducirá los problemas abordados desde los enfoques ambientales, sociales y económicos que impactan en la comunidad. De este modo, atraerá beneficios a las empresas que la implementen dentro de su administración interna, como obtener una reputación sólida, mejorar el nivel de confianza de los consumidores y brindar nuevas oportunidades de negocio con empresas que de igual manera implementen la RSE.

Bajo la perspectiva del autor, el enfoque de la RSE debe ser abordado por las empresas desde diferentes perspectivas, como económica, ética y ambiental. Por lo tanto, en el contexto gastronómico no debe ser la excepción, existen algunos vacíos respecto a la correcta implementación de las prácticas responsables y el impacto que genera en la percepción de los consumidores y la sociedad alrededor de los emprendimientos gastronómicos en el casco comercial del Cantón La Libertad. De igual manera, algunos autores describen a la RSE como una nueva manera de percibir la relación entre los negocios y la sociedad; además que, si es implementada de manera correcta dentro de los modelos de negocio, puede convertirse en una ventaja competitiva.

Kramer y Porter (2006) mencionan que, para los líderes de los negocios en la mayoría de los países, la RSE se ha convertido en una prioridad; sin embargo, pueden llegar a ser contraproducentes por dos grandes razones. La primera es que, enfrentan a los negocios con la sociedad, al tratarse como dos variables independientes la una de la otra, cuando en realidad son interdependientes. La segunda razón es que, se ejerce una presión a los negocios para que perciban la RSE de manera general, como si se siguiera un patrón, en lugar de enfocarse en formas más adecuadas que se alineen a sus estrategias. Por lo tanto, si los negocios captaran los beneficios y oportunidades que les ofrece la temática, y dejan de percibirla como un costo, una restricción o una obra de caridad, descubrirán que puede ser una fuente de innovación y ventaja competitiva.

Por otro lado, la **Justificación práctica** se enfoca en conocer y analizar los factores que intervienen en la RSE en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad. Permite tener una visión más amplia acerca de las prácticas de responsabilidad social empresarial más adecuadas para los emprendimientos; lo que impulsaría la ventaja competitiva de cada uno de ellos, dándoles una identidad propia sobre sus prácticas sostenibles ante la sociedad.

Actualmente, las prácticas de RSE se han convertido en un tema relevante para las actividades de las empresas a nivel global, sobre todo en el sector gastronómico, debido a la constante demanda de los consumidores por productos de calidad y prácticas sostenibles. En grandes restaurantes o en innumerables franquicias de comida rápida de grandes marcas, no les representa ninguna dificultad o limitación para su implementación dentro de sus actividades, debido a que cuentan con los recursos financieros y personal necesario para llevarlas a cabo.

Consecuentemente, para los negocios más pequeños, o más específicamente en los emprendimientos que recién están creciendo dentro del mercado, consideran poco factible la opción de implementar prácticas responsables, debido a que les surgiría un gasto adicional capacitar al personal o implementar nuevas tecnologías más sostenibles, y en su mayoría, los dueños de los emprendimientos están indispuestos o son incapaces de costearse las alternativas responsables.

Por lo tanto, identificar la situación actual de los emprendimientos del sector gastronómico, permitirá evaluar su nivel de conocimiento acerca de la RSE, además de medir su impacto en la comunidad, su nivel de compromiso, y por supuesto, conocer las prácticas sostenibles que normalmente utilizan los emprendimientos; de esta manera, formular una guía con una serie de estrategias y sugerencias que los emprendimientos podrán seguir para realizar un mejor manejo de sus actividades, medir sus consecuencias en la comunidad, y contribuir al desarrollo sostenible.

En virtud de todo lo expuesto anteriormente, es pertinente analizar la problemática desde el punto de vista de los emprendimientos, lo cual permitirá conocer los factores que intervienen en su contexto y los beneficios de implementar correctamente la RSE. Hoy en día los emprendimientos consideran estas prácticas como una alternativa más que una obligación; al no existir un seguimiento y control tan frecuente por parte de las autoridades a los establecimientos.

Como **idea a defender** de esta investigación, se determinó: La implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial impulsará el desarrollo de la ventaja competitiva en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.

El presente trabajo que tiene como tema central de investigación “Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del Cantón la Libertad, año 2024”, se compone de la siguiente manera:

El trabajo contiene datos introductorios que presentan una perspectiva amplia sobre la Responsabilidad Social Empresarial dentro del ámbito empresarial, abordando problemáticas que se presentan en el contexto global y local. De igual manera, presenta aspectos como la sistematización del problema, los objetivos de la investigación, la justificación e idea a defender.

Dentro del **Capítulo I**, contiene todo respecto al marco referencial, en la revisión de la literatura se presentan estudios e investigaciones referentes o similares al tema de la investigación, que servirán para la discusión de los resultados; luego se presenta el desarrollo de teorías y conceptos el cual está constituido por una base de información verídica y necesaria para sustentar el contenido de la investigación. Y también presenta los fundamentos legales que respaldan el trabajo.

Más adelante el **Capítulo II**, describe el marco metodológico, se refiere al diseño de investigación y el enfoque que se utilizó para el trabajo, además de delimitar la población y la muestra, y las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos.

Por último, el **Capítulo III**, presenta los resultados y discusiones, referente a la información recolectada en las entrevistas y encuestas, además de los respectivos análisis de todo lo obtenido, las discusiones y comparaciones de los resultados con los trabajos seleccionados anteriormente, seguido del plan de acción o la propuesta implementada; finalizando con las conclusiones y recomendaciones referentes al tema de investigación.

Capítulo I

Marco Referencial

Revisión de la literatura

Para la realización del presente trabajo de titulación, fue importante la consulta de diferentes autores; por lo tanto, se seleccionó el trabajo realizado por Chenet Zuta et al. (2024), el cual tiene como título “*Relación entre responsabilidad social empresarial y valor de marca en restaurantes peruanos*”, el artículo científico fue publicado a través de la revista “Retos de la Dirección” y la editorial Scielo; el estudio científico se realizó en la localidad de Lima – Perú, y tiene como objetivo general: Describir las relaciones entre la evaluación que los clientes realizan de la responsabilidad social empresarial de restaurantes en una zona de alta atracción turística de Lima, Perú, y el valor de marca que les atribuyen a esos restaurantes.

En cuanto a la metodología, el artículo científico realizó un estudio con diseño cuantitativo, además de un tipo descriptivo, un alcance correlacional y un enfoque transversal. Para la recolección de datos utilizó la encuesta, para ello, realizaron dos tipos, la primera inclinada hacia la parte de RSE y para la otra, inclinada hacia el valor de marca. Para la población tomó alrededor de 20 restaurantes, de los cuales, realizó un muestreo aleatorio a 417 clientes de esos restaurantes, lo que constituyó la muestra.

Entre los resultados, los autores observaron que, existe una correlación positiva, pero débil entre la mayoría de las dimensiones de RSE y el VM de los restaurantes. Donde resaltan que, la dimensión ético-legal afecta de manera significativa al VM, puesto que los clientes tienen una distinción entre los restaurantes que cuentan con Responsabilidades económicas y Responsabilidades ético-legales, lo que influye en sus niveles de lealtad hacia esos restaurantes. Por lo tanto, los restaurantes realizan prácticas como la transparencia en la gestión de sus actividades y rendición de cuentas; también la legalidad y la toma de decisiones de sus políticas internas, al considerar las condiciones laborales adecuadas para los trabajadores, y realizar contratos con proveedores mayormente responsables y éticos.

El artículo científico concluye que, el impacto y el nivel de demanda que posee el sector de los restaurantes, en lo que se refiere a la economía peruana, requiere oportunidades de mejora, principalmente para reforzar la percepción e influencia del consumidor peruano hacia las conductas de los restaurantes de Lima, Perú; requieren implementar actividades que pueden reforzar la influencia recíproca entre el VM y la RSE, a través de las prácticas enfocadas hacia la gestión sostenible.

También fue prudente destacar el artículo científico realizado por Ormanza Andrade et al. (2020), el cual tiene como título “Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030”, el artículo científico fue publicado a través de la revista “Revista de Ciencias Sociales (Ve)”; el desarrollo del artículo científico fue realizado en la localidad de Cuenca – Ecuador; además el objetivo general es: Describir la responsabilidad social empresarial en Ecuador a partir de la Agenda 2030.

En cuanto a la metodología, el artículo desarrolló el diseño cualitativo, utilizó como tipo de investigación la revisión documental, teórica y jurídica. Una vez revisada y verificada la información de manera concreta acerca de los aspectos puntuales sobre la visión moderna y contemporánea de la RSE, el artículo prosigue con la búsqueda, identificación, revisión y comprobación de los lineamientos mundiales, dichos lineamientos aplicables tanto al sector público como privado, conducen al desarrollo de prácticas, actividades y programas responsables.

Los resultados evidenciaron que, entre las normas ecuatorianas y los ODS existe una gran congruencia, la Agenda 2030 es la hoja ruta para las empresas públicas y privadas del país; donde el Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” y el programa “Punto Verde”, incentivan a las empresas públicas y privadas, a proteger y conservar al ambiente. Por lo tanto, las empresas alinearon sus estrategias junto con la normativa legal, para implementar estrategias responsables como establecer relaciones duraderas entre sus consumidores, a través de la transparencia y la comprensión de lo que estos desean; ofreciéndoles calidad, seguridad, fiabilidad y servicios superiores. También, la mayoría de las empresas establecen alianzas con el gobierno, para financiar planes preventivos que cubran los desastres causados por eventos naturales en las sociedades; además, mayormente las industrias cuentan con un canal de compra privilegiado de productos alimenticios, elaborados por campesinos con formas ecológicas de producción libre de químicos.

Por último, los autores concluyen que la RSE en Ecuador está encaminada hacia los ODS, además aporta elementos significativos para las dimensiones económicas, políticas, sociales, ambientales y éticas de todas las empresas, quienes deben asumirlas como ejes transversales de su sistema de gestión y control; lo cual permitirá potenciar el desarrollo del país. Finalmente, el estado ecuatoriano, debe asumir el reto de implementar y controlar todo el conocimiento y los recursos necesarios para la implementación y penetración efectiva de la sociedad en la inserción de los ODS en concordancia con los preceptos de RSE.

De igual manera, para la revisión literaria de los artículos científicos de índole nacional, fue considerado el trabajo investigativo de Mendoza Vélez y Loor Zambrano (2023), el artículo científico tiene como título “*Responsabilidad social empresarial: una herramienta para la gestión administrativa de las empresas públicas ecuatorianas*”, fue publicado a través de la revista “Revista Científica ECOCIENCIA” y tiene como objetivo general: analizar a la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta para la gestión administrativa de las empresas públicas ecuatorianas.

Para la metodología del artículo científico, se realizó un diseño de investigación de índole observación teórica científica, también basó la investigación en el tipo de método bibliográfico – documental, el trabajo fue llevado a cabo a nivel general de estudios realizados en las empresas ecuatorianas.

Los resultados indicaron que, dentro del territorio ecuatoriano la flexibilidad de las leyes laborales y la inestabilidad de los trabajos ocasionaron un bajo crecimiento económico, en consecuencia, provocó problemas de RSE en las empresas del país. Sin embargo, las instituciones públicas velan por la constante capacitación de sus servidores sobre las normas ambientales, lo que promueve los valores organizacionales, su motivación y lealtad hacia la institución, además de generar reputación. Del mismo modo, brindan valor socioeconómico, al dar la protección, seguridad, dignidad del trabajo y salarios justos. No obstante, pocas veces evalúan el impacto potencial de sus actividades y propuestas sobre los objetivos estratégicos. Hecho que se evidencia en la transparencia de la información sobre los componentes. De tal manera que, la mayoría de las empresas públicas del país carecen de estrategias y proyectos de carácter social. En general, realizan sus actividades de RSE de manera débil y superficial, sin integrar estrategias o sistemas de gestión responsables, en comparación con otros países.

Finalmente, los autores llegaron a la conclusión de que, la información obtenida servirá como un marco teórico precedente para futuros estudios, brindan un vasto arco de conocimientos relevantes que aportarán de manera directa e influyente en los fundamentos de diversas investigaciones futuras relacionadas con el tema central del trabajo; debido a que, el tema de la RSE sirve para las empresas, tanto públicas como privadas, como una guía que otorga rutas y mecanismos que facilitan el manejo y la evaluación del desempeño de prácticas sostenibles dentro de las empresas, además de tratar con aspectos sociales, aperturar oportunidades únicas para fortalecer los procesos productivos de las empresas, y buscar su sustentabilidad a lo largo de los años, en el marco operativo de una entidad pública.

Una vez presentado y analizado los artículos científicos, se presentan las siguientes tesis de grado, donde se destacó el trabajo de los autores Flores Pinoargote y Morales Macias (2024), el cual es una investigación titulada “*El estado de la responsabilidad social empresarial en el sector restaurantero de Santo Domingo*”, la investigación fue realizada a través de la “Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo”. El lugar de desenvolvimiento de la investigación fue en Santo Domingo – Ecuador; además, tiene como objetivo general: Definir el estado de la RSE de los 89 restaurantes registrados en la base de datos del Ministerio de Turismo de Santo Domingo de los Colorados.

Asimismo, en la metodología los autores propusieron un tipo de investigación descriptiva, además de utilizar un enfoque mixto. En la población, obtuvieron los datos necesarios del Ministerio de Turismo (MINTUR), donde identificaron un total de 89 restaurantes ubicados en la provincia de Santo Domingo de los Colorados; del cual 39 restaurantes conformaron lo que respecta a la muestra. Para la obtención de información, utilizaron la técnica de la encuesta y la entrevista para obtener datos.

En los resultados obtenidos, identificaron que los restaurantes, tienen cierto interés en el tema de RSE; sin embargo, evidenciaron que el principio de comportamiento ético cuenta con el porcentaje de 15,38% de los restaurantes, donde velan por los salarios justos y la equidad en el ámbito laboral, al establecer horarios rotativos y flexibles entre sus trabajadores; del mismo modo, en el principio ambiental, la mayoría de los restaurantes, realiza una gestión y separación de desechos; y una minoría, convierte parte de los desechos en abono, y realizan prácticas de reciclaje junto con estudiantes de escuelas, lo cual muestran un enfoque más amplio al preocuparse no solo por el beneficio económico, sino también por el cuidado ambiental y el impacto social. Y finaliza con el principio de transparencia, con un 0% de cumplimiento, donde la minoría evidenció que transmite sus actividades de RSE que realizan y su impacto al medio ambiente, a través del manejo de un código de ética, que lo exhiben en la entrada del local.

Por lo tanto, los autores concluyen que, la razón por la cual, el tema de la RSE es incumplida por parte de los restaurantes, se debe a que no es obligatoria, sino voluntaria al tratarse de una zona en etapa muy primaria. La comunicación de las buenas prácticas de RSE es importante, debido a que contribuye a su fomentación, además de servir de ejemplo para otras empresas que se animen a cumplir con el compromiso.

También fue importante destacar el trabajo realizado por Vidal Barba (2020), la investigación fue realizada para una tesis de maestría, la cual lleva como título “*Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP*”, fue realizada a través de la “Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador”. El lugar donde se desarrolló la investigación fue en Quito – Ecuador; además, el trabajo tiene como objetivo general: Diseñar un Plan de RSE basado en una política aplicable a la administración pública, que le permita a la empresa iniciar su paso hacia el desarrollo sostenible.

Por otra parte, para la metodología, la investigación utilizó un tipo descriptivo, además de un enfoque mixto; también utilizó el método bibliográfico y científico; para la recolección de datos utilizó una población total de 1163 empleados que forman parte de la organización a estudiar; en cuanto a la muestra, utilizó el método de muestreo probabilístico, donde un total de 113 empleados fueron encuestados. Para la recolección de datos, utilizó la técnica de la encuesta, la entrevista y la observación para la obtención de datos.

Los resultados obtenidos establecieron que, el pensamiento general de los trabajadores es que, la empresa tiene una escasa preocupación por la protección y la preservación del medio ambiente, puesto que los proyectos y campañas por la empresa acerca del cuidado del entorno realizadas, desaparecieron con el tiempo y tuvieron poco impacto en el público objetivo. Por otro lado, la mayoría de los trabajadores, consideran que ofrece un trato justo, donde se respetan aspectos como el sexo, religión, raza u origen, al momento de realizar contrataciones; además, los salarios son equitativas frente a las labores y responsabilidades que maneja, y la empresa tiende a tomar en cuenta las opiniones de sus trabajadores; también destacan la relación transparente y confiable con sus clientes. No obstante, los trabajadores expresan que la empresa debe definir políticas hacia la protección laboral, como políticas en contra del acoso laboral y sexual.

Finalmente, el autor llegó a la conclusión de que, el éxito de esta nueva política responsables propuesta, dependerá del nivel de compromiso de la alta gerencia de la empresa, la cual debe asumir y apoyar la formación de un Comité de RSE, cuyos primeros esfuerzos se enfoquen principalmente en lograr una correcta implementación interna de las nuevas prácticas sostenibles, teniendo como centro la mejora del ambiente laboral de los empleados, para motivarlos y extender las acciones hacia el exterior de la empresa.

Para finalizar la revisión de la literatura, fue importante destacar el trabajo de Franco Tomalá (2023), la investigación lleva como título “*Responsabilidad Social Empresarial en restaurantes post Covid-19 de la cabecera del Cantón Salinas*”, el estudio fue realizado a través de la “Universidad Estatal Península de Santa Elena”. El trabajo de investigación se desarrolló en la localidad del Cantón Salinas – Ecuador; y tiene como objetivo general: Fundamentar la importancia de la responsabilidad social empresarial como alternativa de aplicar prácticas responsables en los restaurantes del Cantón Salinas.

En cuanto a la metodología, el trabajo utilizó una investigación de tipo mixto, también implementó el método inductivo y exploratorio; además de plantear revisiones bibliográficas que ayudaron al desarrollo de teorías y conceptos que aportaron a la investigación; en lo que respecta a la selección de la población, quedó definida de forma directa, y para el tamaño de la muestra, se eligió un diseño no probabilístico por conveniencia; para la recolección de datos, el trabajo utilizó técnicas como la encuesta y la entrevista para la obtención de información.

Entre los resultados obtenidos, se encontró que, la mayoría de los gerentes de los restaurantes cuenta con poco conocimiento acerca de la RSE. Sin embargo, en su mayoría los restaurantes realizan diferentes actividades responsables, como realizar donaciones de ciertos productos reciclados, comprar y consumir productos locales, para mejorar la economía circular; asimismo, algunos restaurantes contribuyen, aportan y participan en actividades solicitadas por el GAD, para la participación en la limpieza de playas. Por otra parte, una minoría recicla fundas, clasifica desechos que se pueden donar a artesanos, cuida las plantas y evita consumo de plásticos. Adicionalmente, el 93% de clientes encuestados, están dispuestos a consumir en restaurantes que sean socialmente responsables y piensa en su entorno, lo que demuestra la influencia de la RSE en la decisión de compra de los consumidores. No obstante, los gerentes expresaron que se abstienen de aplicar la RSE en sus actividades, a causa del poco personal con el que cuentan, el poco tiempo disponible y el escaso compromiso de la sociedad, todo a raíz del covid-19.

Por último, el autor concluye que, la pandemia creó una nueva realidad para la mayoría de los sectores; en el caso de los restaurantes, realizaron cambios constantes en los materiales para la realización de sus actividades, hacen uso de plásticos, papeles, cartones y otros materiales. Por lo tanto, son pocos los negocios del sector que están adoptando iniciativas voluntarias, para crear conciencia sobre el impacto de sus actividades en el medio ambiente y la sociedad.

Desarrollo de teorías y conceptos

Responsabilidad Social Empresarial

Según los autores Morocho Román et al. (2020) el tema de la Responsabilidad Social Empresarial trata de incentivar a las empresas de que desenvuelvan sus actividades mediante prácticas más sostenibles, a través de la implantación de una filosofía en la gestión organizacional que vele por el bienestar común de la comunidad donde opera, en lugar de simplemente cumplir con parámetros legales; por lo cual, permite generar círculos de mejora continua y sostenibilidad en las empresas.

Por otra parte, los autores Cárcamo Solís y Álvarez Guanajuato (2018) concuerdan que la Responsabilidad Social Empresarial busca y se preocupa principalmente por el bienestar social, mediante la implementación dentro del colectivo empresarial, valores y conductas éticas hacia su entorno donde se desenvuelven, a través de la medición de su impacto con transparencia, pertinencia y honestidad.

Entre los 2 conceptos de los autores acerca de la responsabilidad social empresarial, ambos coinciden en que, es un compromiso de las empresas hacia la sociedad, que va más allá de un simple cumplimiento de normativas legales, sino que deben contribuir con el desarrollo sostenible y una convivencia pacífica y justa con la sociedad en donde operan, es decir, no solo enfocarse en generar riquezas económicas, sino también en impactar positivamente en el bienestar social.

Ambiental. Los autores Narváez Mercado y Tapia Gutiérrez (2020) expresan que, dentro de la temática de Responsabilidad Social Empresarial, el enfoque ambiental dentro de las empresas busca establecer un uso más eficiente de los recursos naturales, por parte de las empresas pertenecientes al sector productivo, en el caso de los demás sectores, enfocarse en la implementación de la energía renovable; en base a las medidas adoptadas por las empresas, podrán reducir su impacto ambiental.

Adicional, Molero Suárez (2024) establece que, la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial pretende concientizar a los trabajadores de las empresas y a los ciudadanos de las comunidades, para aplicar una filosofía y estilo de vida más ecosostenible y amigable con el medio ambiente; donde todos midan su impacto y procuren proteger las zonas verdes de sus localidades.

La dimensión ambiental trata del compromiso de las empresas hacia el cuidado y la preservación del entorno ambiental, es decir, que las empresas desarrollen sus actividades sin que impacten o deterioren el medio ambiente, buscando un desarrollo más equilibrado y sustentable.

Contaminación por desechos. Según los autores Rodríguez et al. (2022), definen a la contaminación por desechos como la acción de introducir de manera directa o indirecta, sustancias, desperdicios o energías por parte del hombre o empresa, lo que genera un estado de estrés ambiental, que tiene consecuencias perjudicantes y desfavorables hacia la flora y fauna de un ecosistema.

La contaminación por desechos se refiere a la consecuencia de las actividades de las empresas que carecen de un control y una medición de sus impactos en el medio ambiente. La contaminación puede ser de forma directa, al tratar de manera inadecuada los desperdicios, o de forma indirecta por la escasa concientización de sus trabajadores y consumidores acerca del manejo de desechos.

Conocimiento sobre reciclaje. Virginie (2021) menciona que el conocimiento sobre el reciclaje en las empresas, se trata de la introducción de productos que fueron producidos, en parte o en su totalidad, a partir de residuos en el mercado, donde las empresas cuentan con los medios y conocimientos necesarios para seleccionar y clasificar materiales que puedan darle un nuevo uso, para un nuevo material base o un retorno de materia prima.

El autor menciona que todas las empresas deberían contar con los conocimientos necesarios acerca del reciclaje, puesto que, ofrece una oportunidad de generar nuevos productos derivados de otros desechados, además, disminuye el nivel de desechos generados por dichas empresas, causando un impacto positivo en la sociedad y medio ambiente.

Gestión de residuos. Euformación Consultores S.L. (2023) indica que, el término de gestión de residuos hace referencia al proceso de reutilizar o reciclar de manera correcta los residuos producidos por las empresas, dotándolos de una extensión de su vida útil, siempre y cuando sean tratados de la manera correcta desde el preciso momento en que fueron generados.

El término de gestión de residuos hace referencia al manejo adecuado de los desechos ocasionados por las empresas, dándole un mejor uso al reciclarlos; por lo tanto, todas las empresas deben de contar con un plan de gestión de recursos, con la finalidad de minimizar su huella ecológica y contribuir al desarrollo sostenible.

Social. Gil Sánchez (2018) menciona que, la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial se enfoca en la relación que existe entre las empresas y la sociedad donde ejercen sus actividades, en la cual se forja una relación de interdependencia cuando las empresas, de alguna manera, hacen participe de sus actividades a los grupos sociales de la localidad.

Por otra parte, Declercq y Sanz Bas (2023) indican que el enfoque establece que todas las actividades realizadas por las empresas pueden inferir y contribuir a un desarrollo social, donde su impacto sea potencialmente positivo hacia el ambiente y al eje de inclusión social; de manera que, impulsaría el crecimiento de la comunidad y priorizaría el bienestar social.

La dimensión social hace referencia a que las empresas deben medir y guiar sus actividades hacia un crecimiento sostenible, por lo tanto, siempre debe contribuir al bienestar social en donde operan, lo que promueve la equidad, la justicia y el desarrollo humano.

Reputación ante la sociedad. Según Plaza Casado (2024) la reputación de una empresa se ve afectada según la percepción de los diferentes grupos de interés externos a la empresa, como los proveedores, la comunidad, los clientes, las competencias, e incluso el gobierno; por lo cual, es prioridad de la empresa impactar positivamente hacia su grupo de interés, para establecer una buena imagen y relación con ellos.

El término busca medir como la sociedad y los grupos de interés perciben, ya sea de manera positiva o negativa, a las empresas, la percepción puede influir en su toma de decisiones; si la sociedad cuenta con una percepción negativa, elegirán otra empresa, de igual manera para los grupos de interés; por el contrario, si la percepción es positiva, la empresa destacará sobre las demás y tendrá un mayor crecimiento.

Compromiso organizacional. López Martínez y López Santos (2020) definen al compromiso organizacional como un proceso de creación de un vínculo estrecho entre los trabajadores y la empresa donde operan, con la finalidad de aumentar el valor de pertenencia y el rendimiento de los miembros de la empresa, a través de los valores y objetivos organizacionales.

El autor hace referencia al nivel de motivación y de pertenencia que sienten los trabajadores hacia la empresa en donde ejercen sus actividades laborales, lo que influye directamente en su desempeño laboral; además, si es un nivel alto, puede impulsar el crecimiento y desarrollo de la empresa hacia nuevos mercados.

Bienestar social. Para García Gómez et al. (2020), el término bienestar social se enfoca en la parte humana de satisfacer todas sus necesidades materiales para obtener una forma de vida digna; necesidades como salud, educación, trabajo, vivienda y un lugar ambiental bien preservado, deben ser cubiertas para proporcionar todos los medios necesarios para alcanzar la felicidad de un individuo.

El bienestar social hace referencia al cubrimiento de las necesidades más básicas de los habitantes de una sociedad, como salud, educación, vivienda, alimentación y seguridad; además, dentro de la sociedad se promueve la dignidad, igualdad de oportunidades y calidad de vida para todos.

Económico. Para Avendaño Mancipe y Pulido Talero (2023) la dimensión económica de la Responsabilidad Social Empresarial se centra en comprender el comportamiento del mercado, en el cual se incluyen los consumidores, proveedores, instituciones gubernamentales, entre otros; con la finalidad de atender las necesidades de la sociedad que se presenten, a través del uso de los recursos de la mejor manera posible.

De igual manera, Wulf Betancourt (2018) establece que la responsabilidad económica, se enfoca en medir la capacidad que tiene una empresa para obtener beneficios económicos, a través del cubrimiento de las necesidades del mercado; es decir, ofrecer productos o servicios sostenibles y de calidad a la comunidad donde realiza sus actividades y procesos.

La dimensión económica hace referencia al compromiso de todas las empresas en generar valor económico de forma ética, sostenible y responsable; no solo para sus accionistas, sino también para todos sus grupos de interés, como la sociedad, proveedores, empleados, etc.

Financiamiento. Corona Treviño (2021) menciona que, el financiamiento es un recurso proporcionado por inversionistas hacia un emprendimiento, negocio o empresa, donde proveen los recursos y conocimientos necesarios para la realización de las actividades claves que impacten positivamente, y que generen un aumento en la productividad y rentabilidad de una empresa.

En base a lo establecido por el autor, el financiamiento es la forma en la que las empresas obtienen los recursos necesarios para iniciar, seguir o mejorar sus actividades y procesos, lo que provoca una mejor productividad, mejor rendimiento de los trabajadores y una mejor rentabilidad de la empresa.

Rentabilidad. Según Chu Rubio (2020) el factor de la rentabilidad está presente en todas las empresas con fines de lucro, donde mide el valor de las ganancias de una empresa en base al total del capital invertido durante un período de tiempo determinado. Existe una relación directa con el riesgo, donde si crece la inversión, también crece el riesgo, y se disminuye, también disminuye el riesgo. Por lo tanto, es indispensable que las empresas generen rentabilidad para poder subsistir a largo plazo, de lo contrario dejan de existir.

El término rentabilidad se refiere a la capacidad que tienen las empresas para generar beneficios económicos en comparación con los recursos financieros invertidos. Es decir que, mide el nivel de eficiencia y productividad de una actividad económica en términos de resultados financieros.

Crecimiento empresarial. Los autores Sánchez Párraga y Zambrano Intriago (2023) mencionan que, el crecimiento empresarial se refiere al aumento de una empresa, ya sea por el incremento de su tamaño o por mayores inversiones en actividades que generan beneficios; por lo tanto, el crecimiento puede ser de manera interna, donde la empresa invierte en maquinaria o implementos que faciliten o mejoren sus procesos; del mismo modo, el crecimiento puede darse de forma externa, donde la empresa invierte en una nueva infraestructura o en la fusión de otras empresas existentes.

El crecimiento empresarial no solo se refiere al aumento de tamaño de una empresa, sino que, el crecimiento también puede ser económico, a nivel de participación en el mercado o mejora en la capacidad operativa a lo largo del tiempo. El crecimiento se refiere a todo que genere algún beneficio, como el aumento en la eficiencia de los procesos o en la rentabilidad de la empresa.

Ética. El autor Sánchez Riofrío (2023) sugiere que, la dimensión ética dentro de la Responsabilidad Social Empresarial es la acción de mantener la satisfacción de los trabajadores dentro de las empresas, donde impulsen el desarrollo profesional y personal de cada uno de los miembros de la empresa, a través de un ambiente laboral seguro y justo.

De igual manera, González Cabrera (2023) menciona que el enfoque ético se centra en el desarrollo de los valores y principios de los individuos pertenecientes a una empresa en particular, vinculados con los objetivos y metas empresariales, del modo que, generen confianza entre los miembros y se encaminen hacia el desarrollo sostenible de la empresa.

La dimensión ética se refiere a la obligación y el compromiso de las empresas de actuar con integridad, honestidad y respeto hacia las personas y el entorno que generan todas sus actividades y procesos, con el fin de guiar la conducta de todos sus miembros por principios morales más allá del simple cumplimiento del marco legal.

Transparencia. Gómez Ocampo et al. (2020) mencionan que, la transparencia es la manera en que, una empresa gestiona toda la información y el conocimiento que presenta y hace público para sus trabajadores, consumidores y la sociedad, de tal modo que, dicha información sea utilizada para una situación o momento necesario, por parte de cualquier individuo que disponga de ella.

La transparencia se refiere a que, las empresas deben ser claras y veraz en la información que brinda a los empleados, clientes, inversores y la sociedad, siempre deben mostrar el desempeño de sus actividades en términos financieros y operativos, para evitar algún tipo de difamación o calumnia hacia las empresas.

Cultura organizacional. Para Fernández García (2018) la cultura organizacional es el conjunto de normas, creencias y comportamientos existentes dentro de los miembros de una empresa, donde dependiendo del nivel de unión entre la cultura de los miembros, determinará el éxito o fracaso de la empresa.

La cultura organizacional se refiere al conjunto de costumbre, valores y creencias que tienen todos los empleados dentro de la empresa en donde ejercen sus labores, y actúan en base a los principios corporativos impuestos por la empresa, para influir de manera positiva en los comportamientos de sus trabajadores, de tal manera que brinden una mejor imagen empresarial.

Sistema de control. Sauchelli (2020) menciona que, se lo utiliza dentro de las empresas para medir el rendimiento del personal, donde la información puede ser almacenada de manera digital, y ser distribuida a los altos directivos para una futura la toma de decisiones.

El término se refiere a un proceso extra, donde se mide y evalúa el desempeño de los trabajadores de una empresa, para tomar decisiones acerca de los procesos o miembros involucrados en el control; el sistema por lo general, se lo realiza de manera digital por parte de los altos directivos.

Ventaja competitiva. Osorio Tinoco et al. (2020) definen a la creación de valor como una ventaja competitiva, donde un proceso, producto o servicio se somete a un proceso de mejora, para un mayor disfrute y satisfacción de necesidades por parte de los consumidores.

Del mismo modo, Ábrego Rodríguez y Castillo C. (2022) indican que la ventaja competitiva comprende en la actualización y renovación de la participación de una empresa en el mercado, a través de la implementación de herramientas digitales para transmitir de mejor manera la información del negocio, además de tener mejor comunicación con los clientes.

La dimensión de ventaja competitiva se refiere al factor distintivo, con la cual, cuenta una empresa en comparación con las demás, lo que permite obtener un mejor crecimiento y desempeño en el mercado, debido a la mayor atracción de clientes, lo que genera mayores ganancias y mejor posicionamiento de una empresa en comparación con las demás.

Innovación. Castro Martínez y Fernández de Lucio (2020) mencionan que una innovación comprende en el mejoramiento de un proceso o producto de una empresa, que logre diferenciarlo de los demás procesos o productos existentes dentro del mercado, lo que permite captar la atención de más y nuevos clientes, curiosos por la nueva innovación del mercado.

El término innovación hace referencia a la creación o mejoramiento de un producto, servicio, proceso o modelo de negocio, es decir, se refiere a la creación de valor sobre artículos o medidas ya establecidas, lo que permite la distinción de una empresa sobre las demás, y a su vez aumenta su crecimiento y desarrollo dentro del mercado.

Prácticas saludables. Para Bustos y Moreno (2020) dentro de las empresas, las prácticas saludables son las acciones que impactan positivamente al ambiente, además, ayuda a concientizar a los trabajadores acerca de la sostenibilidad, y a su vez crea una buena imagen de la empresa ante la sociedad, lo que aumenta el valor de la marca.

Las prácticas saludables son acciones y políticas que las empresas optan para promover el bienestar físico, mental y social de sus trabajadores, también permite tener un entorno laboral seguro, ético y sostenible. Las prácticas saludables también mejoran el clima laboral, la productividad y la imagen corporativa.

Calidad del servicio. Según Arenal Laza (2022) se refiere a la interacción directa y personal entre los consumidores y el encargado de atender a los clientes, es un proceso de comunicación que puede ser verbal o no verbal, donde el trabajador encargado del proceso debe actuar de manera adecuada para obtener una ventaja importante sobre la competencia.

La calidad del servicio se refiere al grado de satisfacción del consumidor hacia una empresa en particular, es decir, la percepción del cliente hacia el producto o servicio ofrecido por la empresa, y si cumple o supera sus expectativas.

Fundamentos legales

Constitución de la República del Ecuador (2008)

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.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

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.

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

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

- Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
- 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.
- Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

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.

Art. 317.- Los recursos naturales no renovables pertenecen al patrimonio inalienable e imprescriptible del Estado. En su gestión, el Estado priorizará la responsabilidad intergeneracional, la conservación de la naturaleza, el cobro de regalías u otras contribuciones no tributarias y de participaciones empresariales; y minimizará los impactos negativos de carácter ambiental, cultural, social y económico.

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

Ley de Gestión Ambiental, Codificación (2004)

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Ley orgánica de economía y solidaridad (2011)

Art. 141.- Incentivos por responsabilidad ambiental.- El Estado incentivará a las personas y organizaciones sujetas a esta Ley, 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.

Norma ISO 26000 (2010)

Esta Norma Internacional proporciona orientación a todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño o localización, sobre:

- a) conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social;
- b) antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social;
- c) principios y prácticas relacionadas con la responsabilidad social;
- d) materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social;

e) integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable en toda la organización y, a través de sus políticas y prácticas relacionadas, dentro de su esfera de influencia;

f) identificación e involucramiento con las partes interesadas, y

g) comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionados con la responsabilidad social.

Esta Norma Internacional pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionados con la responsabilidad social, sin reemplazarlos.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (2025)

Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna.

Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

Objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Objetivo 15: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad.

Objetivo 16: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

Capítulo II

Metodología

Diseño de la investigación

De acuerdo con Gutiérrez Rodríguez et al. (2020), dentro de la investigación, el tipo de diseño no experimental transversal es el comúnmente utilizado en las investigaciones académicas; el cual corresponde al estudio que pretende establecer correlaciones, donde busca principalmente identificar causas o nexos internos de la variable de la investigación. Por lo tanto, para la realización del presente trabajo, se utilizó el diseño de investigación **no experimental transversal**, debido a que la recolección de datos de la variable acerca de la RSE se dio en un momento específico durante un corto período de tiempo, en los emprendimientos del casco comercial del cantón La Libertad. Donde no hubo una manipulación, ni intervención en el contexto donde se desarrolló el caso de estudio, por lo tanto, se realizó una observación y análisis de la variable en su estado natural.

De igual manera, fue pertinente la implementación de un **enfoque mixto**; Gregorio Rojas (2023) lo describe como un método de recolección de datos de naturaleza, tanto cuantitativa como cualitativa, donde se utiliza técnicas de ambos enfoques, lo cual ofrece una riqueza de información para comprender la variable estudiada, lo que establece una armonía entre los enfoques: asimismo, valora la perspectiva de ambos, sin un manifiesto de conflictos epistemológicos. Por tal motivo, la investigación integró los enfoques cuantitativos y cualitativos, donde los datos obtenidos son medibles y descriptivos; los enfoques brindaron una mejor comprensión y validación de la información relacionado al problema general del presente trabajo.

Por otra parte, Barrientos Monsalve et al. (2024) indican que el enfoque cuantitativo, representa una base de datos numéricos y medibles; busca determinar relaciones cuantificables, identificar patrones o predicciones, a partir de la recolección de datos acerca de una variable en una población amplia; donde los resultados puedan analizarse estadísticamente, por lo general utiliza técnicas como la encuesta, análisis estadísticos o pruebas de hipótesis. Por ende, el **enfoque cuantitativo** brindó información estadística, que posteriormente pasaron a tabularse y realizarse gráficos que facilitaron la comprensión de los datos, lo cual permitió interpretar el punto de vista de los trabajadores acerca de la RSE en los emprendimientos pertenecientes al sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad.

De igual manera, Vizcaíno Zúñiga (2023) menciona que una investigación de **enfoque cualitativo** se orienta a la exploración y comprensión más profunda de los fenómenos sociales o humanos que estén directamente relacionados con la variable o problema del caso de estudio, abordados desde el punto de vista subjetivo de los participantes involucrados en la investigación. Al contrario del enfoque cuantitativo, donde se fundamenta en la recolección y análisis de datos numéricos y estadísticos; dentro del enfoque cualitativo el investigador busca captar los pensamientos, percepciones, significados, emociones, contextos y experiencias que poseen cada uno de los participantes acerca de la variable o problema estudiado. Por lo tanto, en el marco de la investigación, la utilización del enfoque cualitativo fue fundamental para la obtención de la información necesario para el estudio, desde una perspectiva experimental y contextual de los gerentes y responsables de los emprendimientos del sector gastronómico, acerca de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas en dichos establecimientos, ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad. A través de sus conocimientos, se logró comprender de mejor manera, cómo perciben, interpretan y aplican dichas prácticas dentro de sus modelos de negocios, así como los factores internos y externos que inciden en su implementación.

En lo que respecta al alcance de la investigación, fue pertinente la utilización de un **nivel descriptivo** para el desarrollo del estudio, debido a que permitió abordar de manera detallada y sistemática de la situación actual de los emprendimientos del sector gastronómico, lo cual ayudó a emitir de manera más clara una descripción de la problemática principal de la presente investigación; de mismo modo, la elección del alcance descriptivo fue clave para lograr una mejor comprensión de los factores relacionados a la Responsabilidad Social Empresarial que intervienen en los emprendimientos pertenecientes al sector gastronómico, ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad. Según lo señalado por Pérez et al. (2020), un alcance descriptivo es especialmente adecuado y pertinente desarrollarlo cuando se cuenta con ciertos conocimientos previos acerca de las variables importantes del caso de estudio, pero la información disponible es muy limitada o poca desarrollada en otras investigaciones; es decir, se trata de una investigación que responde a la realización de descripciones de conocimientos particulares de temas, fenómenos u objetos de estudios generalmente conocidos, pero que han sido escasamente explorados o utilizado para desarrollar investigaciones anteriores, hecho que justifica la necesidad de generar nuevos datos empíricos que aporten a la comprensión del tema.

Métodos de la investigación

Orellana Nirian (2020) resalta que los métodos científicos en una investigación dentro de un entorno empresarial pueden ser abarcados desde diferentes departamentos y áreas funcionales, tales como el departamento económico, el de recursos humanos, el de operaciones, etc.; por la imparcialidad, objetividad y efectividad que caracterizan a los métodos científicos; los cuales permiten emitir y establecer un diagnóstico preciso de una situación en particular. Dicho de este modo, el **método analítico** cobra mayor relevancia para la presente investigación, puesto que muestra un diagnóstico asertivo, desde la perspectiva de las ciencias naturales y sociales, acerca de problemas que se han presentado, y a su vez permite generar posibles soluciones. Para el desarrollo de la presente investigación fue necesario utilizar dicho método, debido a que permitió el estudio de las características y los elementos más influyentes de la variable de estudio, lo cual permitió el análisis y la identificación de cuáles son las prácticas de RSE que se aplican en los emprendimientos del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad. Por lo tanto, una vez obtenidos los resultados esperados, se procede a emitir un análisis mucho más amplio y completo acerca de la problemática de la investigación.

Adicionalmente, también se empleó el **método inductivo** como una herramienta fundamental en el proceso investigativo; debido a que, el caso de estudio se construye a partir de observaciones específicas realizadas a los diversos emprendimientos del sector gastronómicos; las cuales permitieron identificar comportamientos, patrones y prácticas concretas relacionadas a la variable estudiada; y posteriormente, extraer conclusiones generales acerca de las prácticas de RSE utilizadas por los establecimientos, permitiendo establecer si las prácticas son adecuadas o requieren algunas modificaciones. Según lo expuesto por Galarza Ramírez et al. (2024) el método inductivo se lo describe como un proceso que parte de hechos particulares para generar conclusiones de carácter general, acerca de una variable de estudio, hecho que facilita la formulación de hipótesis en una investigación, además de establecer relaciones lógicas y fundamentadas entre los elementos observados, y la vez, aporta validez al estudio. Es importante resaltar que el método evita generalizar hechos de manera rápida, debe delimitar y excluir variables para una mayor precisión y argumentación al momento de realizar hipótesis cognitivas, y una vez verificada, pasa a convertirse en bases teóricas científicas fidedignas.

Población y muestra

Para la presente investigación, se contempló utilizar como población a todos los establecimientos pertenecientes al sector gastronómico. Según Barrón de Olivares y D' Aquino (2020) para realizar una investigación científica, es necesario contar con una población, que será una unidad de observación conformada por participantes que tengan una característica en común con el caso de estudio, puede ser un grupo de individuos, una institución, un grupo social, entre otros. En caso de ser muy amplia, será necesario seleccionar una muestra.

Por lo tanto, se optó por el sector gastronómico, puesto que los negocios de comida tienen un gran impacto en la comunidad donde operan, por el tipo de actividades que realizan; a través de la información brindada por el Cuerpo de Bomberos del cantón La Libertad; existe un total de 305 emprendimientos y negocios activos mismos que se encuentran ubicados en el casco comercial, cuyas delimitaciones geográficas son, hacia el Este Diagonal B y calle 16 (Gigantes del Pacífico), hacia el Norte Av. 1 (calle Malecón), hacia el Sur Av. 6 (Centro Comercial Buenaventura), y hacia el Oeste Calle 23 (Banco Solidario).

Tabla 1

Tabla de la población

Población	Técnica	Cantidad
Propietarios y administradores de los establecimientos	Entrevista	3
Emprendimientos y negocios del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad	Encuesta	305
Total		308

Del mismo modo, según Sánchez Huarcaya et al. (2020) para el diseño de una muestra de investigación, del grupo seleccionado para la población se realizan ciertos cálculos o parámetros, para definir la muestra del caso de estudio, también depende del tipo de investigación y sus objetivos, donde en algunos casos, puede tomarse para la muestra a toda la población. Por ende, para el tamaño de la muestra, la cantidad de emprendimientos y negocios pertenecientes al sector gastronómico es un poco extensa para realizar una muestra censal; por lo tanto, se implementó un muestreo probabilístico aleatorio simple, para que exista total imparcialidad e igualdades de oportunidades para todos los establecimientos; en el cual se consideró el margen de error (e), la probabilidad de éxito (p) y la probabilidad de fracaso (q). Por lo tanto, se planteó la siguiente fórmula:

$$Muestra (n) = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde,

n = ?

z = 1,96

N = 305

p = 0,5

q = 0,5

e = 0,05

$$Muestra (n) = \frac{1,96^2 * 305 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(305 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$Muestra (n) = \frac{3,841 * 305 * 0,5 * 0,5}{0,0025(304) + 3,841 * 0,5 * 0,5}$$

$$Muestra (n) = \frac{292,88}{1,72}$$

$$Muestra (n) = 170,27$$

$$Muestra (n) = 171$$

Según el resultado de la fórmula, el tamaño de la muestra para la investigación es de 171 encuestados, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. De mismo modo, dentro de la muestra se incluyeron los 3 propietarios y administradores que colaboraron con las entrevistas para la obtención de datos cualitativos.

Tabla 2

Tabla de la muestra

Muestra	Técnica	Cantidad
Administradora del restaurante y cafetería Natural Coffee	Entrevista	1
Administradora del establecimiento Alitas Xtremas	Entrevista	1
Propietaria del establecimiento Ta' bueno	Entrevista	1
Emprendimientos y negocios del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad	Encuesta	171
Total		174

Recolección y procesamiento de datos

Técnicas de investigación

La entrevista: permitió obtener los datos cualitativos de la variable estudiada en esta investigación; donde se logró entrevistar a un total de tres administradores y propietarios de los emprendimientos del sector gastronómico ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad, debido a que fueron los únicos disponibles en el corto plazo que se realizó la investigación.

La encuesta: se implementó para obtener los datos cuantitativos acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos pertenecientes al sector gastronómico ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad; donde se realizó un total de 171 encuestas dirigidas a los trabajadores de los establecimientos (1 trabajador por establecimiento).

Instrumentos de investigación

La guía de entrevista: se establecieron un total de 10 preguntas estructuradas de tipo abiertas, las cuales fueron planteadas de manera que, permitan extraer la información necesaria de los indicadores y variables más relevantes para la investigación. La guía de entrevista fue dirigida principalmente para los gerentes confirmados de los emprendimientos del sector gastronómico ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad.

El cuestionario: contiene un total de 15 preguntas estructuradas de tipo cerradas, de las cuales se extrajo la información necesaria de cada uno de los indicadores de la matriz de consistencia, el cuestionario fue dirigido para los trabajadores de los emprendimientos del sector gastronómico ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad.

Herramientas de investigación

Para la obtención de la información cuantitativa, se realizaron las encuestas por medio de la herramienta de **Jotform**, la cual permite crear formularios y encuestas en línea y de manera offline, la herramienta fue seleccionada por su facilidad, rapidez y versatilidad para la obtención de información. Además, facilita la tabulación y procesamiento de datos, presentado toda la información recaudada a través de un documento de CSV.

De igual manera, se utilizó el programa de **SPSS**, un programa informático que permite realizar análisis estadísticos de datos más complejos, además de proporcionar informes detallados con tablas y gráficos, el programa facilitó el proceso de análisis de datos.

Por otra parte, para la obtención de información cualitativa, se realizaron entrevistas de forma tradicional, es decir, se acudió de manera presencial a los establecimientos del sector gastronómico que ofrecieron su apoyo para la presente investigación; por lo tanto, los instrumentos utilizados fueron una grabadora, papel y bolígrafo para anotar los datos más relevantes obtenidos de los gerentes de estos emprendimientos.

Validación de instrumentos

Validez del contenido por experto: docentes especializados en la temática de Responsabilidad Social empresarial, revisaron minuciosamente cada una de las preguntas del cuestionario y la guía de entrevista, otorgando confiabilidad a la información obtenida por cada una de ellas, y que contribuyan al desarrollo de los objetivos de la investigación.

Capítulo III

Resultados y Discusión

Análisis de los resultados de las entrevistas

Para la obtención de los datos cualitativos, se realizaron tres entrevistas dirigidas hacia las administradoras y propietaria de establecimientos pertenecientes al sector gastronómico, ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad; a la Sra. Andrea Valdivieso, administradora del restaurante y cafetería Natural Coffee; a la Sra. Tatiana Gómez, administradora del establecimiento Alitas Xtremas; y a la Sra. Andreina Aquino, propietaria del establecimiento Ta' bueno. De este modo, se analizó las respuestas expresadas bajo sus puntos de vistas y experiencias acerca de las interrogantes presentadas.

¿Qué opina sobre la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en los negocios gastronómicos?

En la información expresadas por las entrevistadas, se obtuvo una respuesta unánime, donde todas concuerdan que es una opción muy buena y se debe aplicar lo más pronto posible en todos los sectores empresariales, especialmente para los negocios que realicen procesos de preparación de alimentos; puesto que, la temática de la Responsabilidad Social Empresarial enseña medidas de cómo reducir la contaminación, sobre todo para el personal encargado de la manipulación y preparación de los productos. Por lo tanto, es de suma importancia considerar la implementación del tema; puesto que, los que realicen actividades culinarias, tengan conocimiento del manejo de los residuos, con la finalidad de impulsar al negocio y contribuir al buen vivir.

¿Cómo aplica una buena gestión de residuos dentro del negocio?

En su mayoría, las entrevistadas supieron indicar que, por lo general, separan los residuos por plásticos, vidrios y residuos orgánicos de comida, donde se los deposita en fundas diferentes de basura; sin embargo, las fundas terminan siendo desechadas todos los miembros en el mismo tacho; de tal manera que, al llevarse el camión de basura todo se revuelve otra vez; por lo tanto, ya no depende de ellos la gestión de los residuos. Por otra parte, la minoría indicó que ellos no se encargan de separar los residuos; ya que, una persona externa al negocio, se encarga de recolectar la basura, y es quien realiza la labor de separar los residuos. Entonces, la mayoría realiza un mínimo esfuerzo por contribuir a la disminución de desperdicios, sin embargo, no logran concretar la meta; del mismo modo, el restante prefiere delegar la responsabilidad de la gestión de residuos a otra persona; librándose del impacto ambiental.

¿Considera necesario contratar nuevos trabajadores encargados única y exclusivamente a la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial?

De igual manera, todas las entrevistadas expresaron que, consideran innecesario extender su personal para realizar nuevas actividades de RSE; debido a que, en su mayoría los trabajadores realizan actividades polifuncionales, donde también se encargan de la gestión de los residuos, reciclar y separar los residuos, además de su puesto de trabajo habitual. Por otra parte, la minoría también expresó lo innecesario que sería contratar nuevo personal; en contraste con lo expresado por la mayoría, ellos no gestionan los residuos ocasionados por sus acciones, puesto que, la persona externa al establecimiento ya realiza de ese trabajo, por lo tanto, no existe la necesidad de incurrir en un costo adicional. De tal modo que, los establecimientos prefieren designarles más actividades a sus trabajadores, en lugar de, contratar nuevo personal; lo cual, es contraproducente, ya que, los motivos son egoístas, al no aumentar los gastos, pero al mismo tiempo, inculcan una cultura de reciclaje entre sus miembros.

¿Qué opina sobre llevar una comunicación abierta entre los distintos niveles jerárquicos dentro del negocio?

Asimismo, la respuesta expresada en la pregunta fue unánime, donde todas coincidieron en que es indispensable llevar una comunicación directa y clara entre empleados y empleador; generalmente, dentro de sus establecimientos existe una comunicación entre todos, sin importar el nivel jerárquico, además, se trabaja bajo un lenguaje informal, casi coloquial; con la finalidad de generar un mayor nivel de confianza y pertenencia entre todos los miembros del establecimiento. De tal modo, que la comunicación juega un papel importante en todo negocio, por lo tanto, es pertinente establecer canales de comunicación claros y efectivos, que permitan transmitir la información interna del establecimiento de la manera más rápida y directa posible.

¿En qué área de la responsabilidad social empresarial capacitaría a los trabajadores para contribuir a la comunidad?

En la pregunta, existió las respuestas individuales, donde la primera entrevistada considera capacitar a los encargados de preparar los alimentos, pues que de ellos depende la imagen del establecimiento, donde la calidad del producto definirá si el cliente vuelve o no; la segunda entrevistada, considera que los encargados de la atención al cliente son los primeros a capacitar, donde ellos al encargarse de limpiar los residuos de los clientes, son los encargados de reciclar los residuos; y la tercera entrevistada, no considera importante capacitar a los empleados en ese tema en el corto plazo.

¿Cómo motivaría a los trabajadores para implementar prácticas de responsabilidad social empresarial dentro de las actividades del negocio?

En la mayoría de las entrevistadas, se evidenció una percepción positiva sobre la importancia de la comunicación y el diálogo dentro de los establecimientos, donde son herramientas fundamentales para fomentar prácticas responsables dentro de su entorno laboral. También destacaron que, gracias a una comunicación constante entre todos los miembros, han logrado establecer metas comunes orientadas hacia el cuidado del medio ambiente, a través de acciones como la separación de residuos y el reciclaje. Por otro lado, una minoría expresó que, si bien la comunicación es valiosa, la implementación de pequeños incentivos financieros puede actuar como una motivación adicional para fomentar la participación en tareas responsables, como la limpieza del establecimiento o el mantenimiento del orden. Por lo tanto, dentro de los establecimientos es importante motivar a los trabajadores de una manera u otra, a adoptar y aplicar las prácticas de RSE, de esta manera, generará un buen ambiente laboral entre ellos e impulsará su desempeño, lo que podría reflejar un mayor aumento de la rentabilidad del negocio.

¿Cómo adaptaría las actividades del negocio para que contribuyan al bienestar social?

Entre las respuestas expresadas, una de las propuestas más reiterativas fue la necesidad de capacitar al personal encargado de la atención al cliente; se destacó que los trabajadores al estar en contacto directo con los consumidores, juegan un rol clave en la transmisión de valores y prácticas responsables; es decir, podrían brindar un buen servicio a la clientela y a su vez, fomentar una cultura más consciente en torno al consumo sostenible y la correcta gestión de los residuos a los clientes. Se lo puede realizar a través de la entrega de boletines informativos junto con las compras, los cuales incluirían mensajes educativos relacionados con el reciclaje, la reducción del uso de plásticos, el correcto manejo de los desechos, etc. Otra de las acciones mencionadas, fue la implementación de la factura electrónica, lo que reemplazaría por completo a las facturas físicas; lo cual no solo contribuye a disminuir el uso de papel, sino que también representa un avance hacia la digitalización de procesos y la eficiencia administrativa. En definitiva, existen diferentes alternativas que los emprendimientos pueden implementar para contribuir activamente al bienestar social, una de ellas podría ser la concientización de sus clientes en el consumo responsable, otra alternativa también podría ser una gestión ambiental más efectiva entre sus trabajadores, de manera que reduzca el impacto de los establecimientos hacia la comunidad y el medio ambiente.

¿Qué estrategias realiza para mantener al cliente satisfecho?

Dentro de las respuestas expresadas, se destacan la buena atención al cliente, donde la imagen y la presentación del personal y del establecimiento deben ser primordiales; otra opción fue ofrecer productos de calidad, donde los alimentos preparados deben tener una presentación impecable, utilizando ingredientes en buen estado y frescos, para preservar la lealtad de los clientes hacia el establecimiento; y una última opción, fue la personalización del producto final por parte de los clientes, donde la opinión del cliente mucho más relevante y puede sentirse conectado con el establecimiento. Es importante destacar, que los establecimientos buscan constantemente la implementación de nuevas estrategias, que mantengan enganchado al cliente con el negocio, puesto que, en un mercado altamente competitivo, la lealtad de los clientes es cada vez menos efectiva entre los emprendimientos.

¿Cómo la responsabilidad social empresarial benefició al posicionamiento del negocio sobre las demás competencias?

Las respuestas de la pregunta fueron vinculadas con la pregunta anterior, donde uno de los mayores beneficios es la captación de clientes, puesto que, la imagen de un negocio socialmente responsables es atractivo para la mayoría de las personas, por ende, el nivel de ingresos mensuales aumentó, lo que motiva a los trabajadores a ejercer de mejor manera sus actividades; adicional, la separación de residuos promueve un ambiente laboral más ordenado y limpio. Por lo tanto, la RSE motiva a los trabajadores a realizar mejor sus funciones, lo cual provoca un mejor desempeño laboral, y atrae más clientes; y a su vez genera mayores ingresos al negocio, lo que consecuentemente, vuelve a motivar a los trabajadores, repitiendo el ciclo.

¿Qué estrategias o acciones ha realizado para fortalecer la responsabilidad social empresarial en el negocio?

Como se reiteró en diferentes ocasiones, actualmente no se han implementado nuevas estrategias en el ámbito de sostenibilidad o mejora operativa dentro del establecimiento; sin embargo, las que ya estaban establecidas continúan funcionando de manera eficaz y son valoradas, tanto por el personal como por los clientes. Entre las prácticas, se destaca especialmente el esfuerzo de los trabajadores por mantener las áreas de trabajo limpias y en orden, lo que refleja un compromiso por la higiene, la organización y la seguridad en el entorno laboral. Por lo tanto, las estrategias y medidas actuales tomadas por los establecimientos, reflejan una estructura operativa sólida y coherente, basada en la calidad y el respeto, tanto al entorno como al personal involucrado.

Análisis de los resultados de las encuestas

En cuanto a los datos cuantitativos obtenidos, se realizaron un total de 171 encuestas dirigidas hacia los trabajadores distribuidos entre todos los emprendimientos y negocios del sector gastronómico, ubicados en el casco comercial del cantón La Libertad; la base de datos obtenida se procesó a través del SPSS.

Datos generales

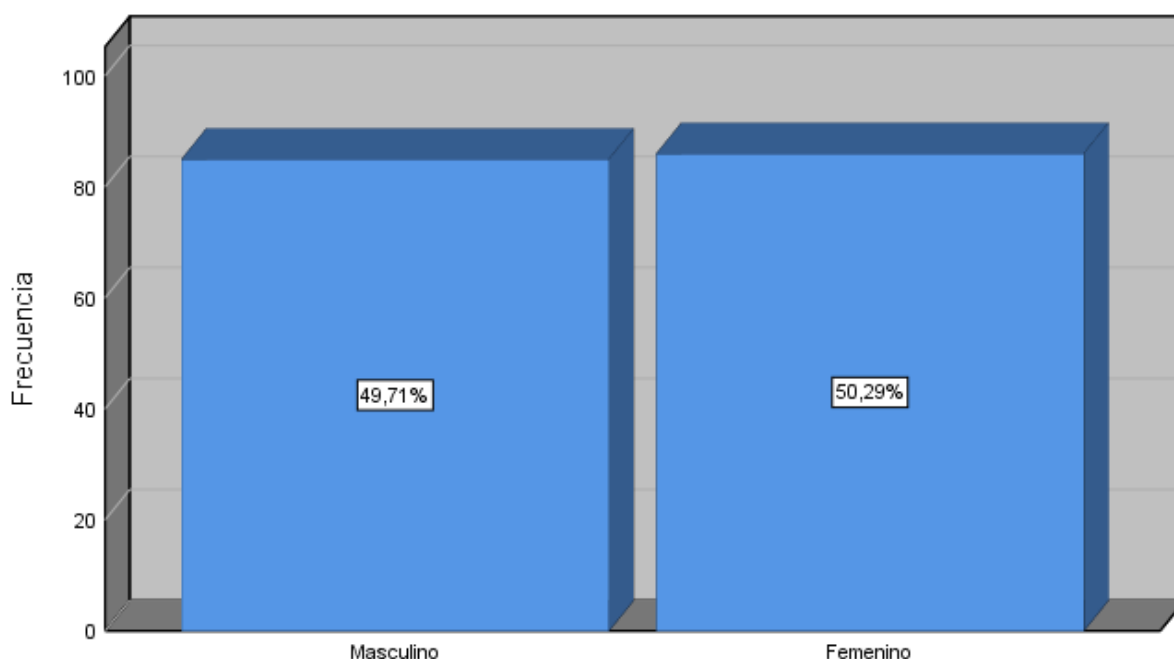
Tabla 3

Género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	85	49,7	49,7
Femenino	86	50,3	100,0
Total	171	100,00	

Figura 1

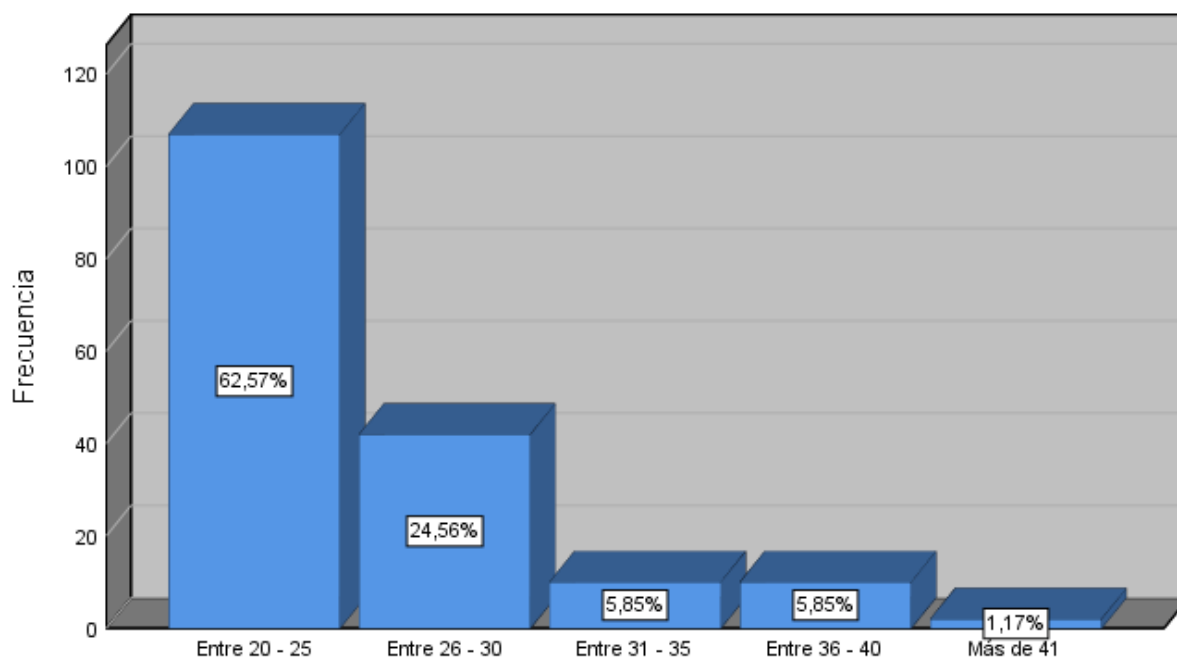
Género de los encuestados



En los resultados obtenidos, se evidencia que la mayoría de los participantes pertenecen al género femenino, y el resto de los encuestados son del género masculino; donde ninguno de los encuestados se identificó con la comunidad LGBT. Por lo tanto, se evidencia que existe una equidad de género entre los trabajadores contratados por los establecimientos gastronómicos.

Tabla 4*Edades de los encuestados*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Entre 20 – 25	107	62,6	62,6
Entre 26 – 30	42	24,6	87,1
Entre 31 – 35	10	5,8	93,0
Entre 36 – 40	10	5,8	98,8
Más de 41	2	1,2	100,0
Total	171	100,0	

Figura 2*Edades de los encuestados*

De acuerdo con los resultados obtenidos, en su mayoría de los trabajadores encuestados son jóvenes de entre 20 y 25 años, lo cual demuestra que, en los establecimientos pertenecientes al sector gastronómicos, se les brinda la oportunidad de adquirir experiencia laboral a las nuevas generaciones, y al mismo tiempo, están concientizándolos del impacto que generan sus actividades laborales a la comunidad y entorno en el que se desenvuelven, sin embargo, muchas veces no depende de ellos responder a las prácticas responsables que exige la sociedad actual, ya que su accionar responsable se ve limitado por las exigencias de sus superiores.

¿Qué tan seguido separan los desechos del negocio en contenedores de reciclaje?

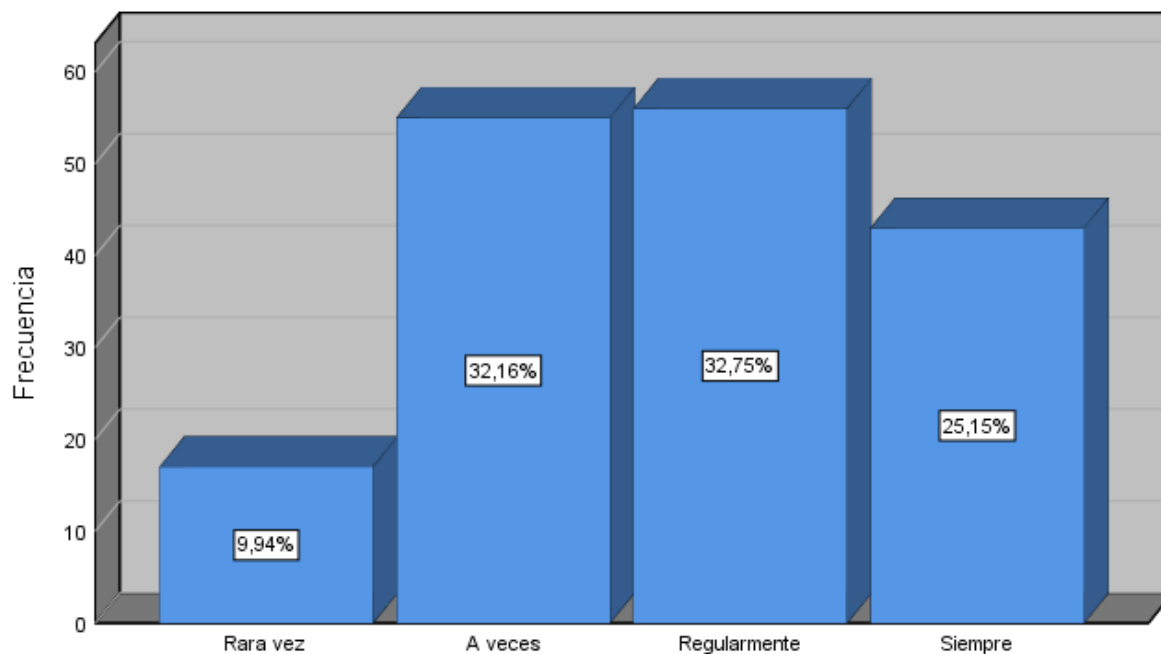
Tabla 5

Contaminación por desechos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Rara vez	17	9,9	9,9
A veces	55	32,2	42,1
Regularmente	56	32,7	74,9
Siempre	43	25,1	100,0
Total	171	100,0	

Figura 3

Contaminación por desechos



En concordancia con las respuestas expresadas por los encuestados, en la mayoría de los establecimientos, cerca de la tercera parte de encuestados regularmente separan sus residuos al finalizar su jornada de trabajo; otra tercera parte expresó que a veces lo realizan, es decir, que tal vez no lo realicen todos los días, pero sí de dos a tres veces por semana; una cuarta parte de los establecimiento siempre clasifican sus residuos al final del día; sin embargo, la minoría de los encuestados, expresaron que rara vez separan los residuos, donde por lo general, solo lo realizan una vez por semana; el día que pasan los recolectores de basura.

¿Cuál de los siguientes materiales se recicla en el negocio?

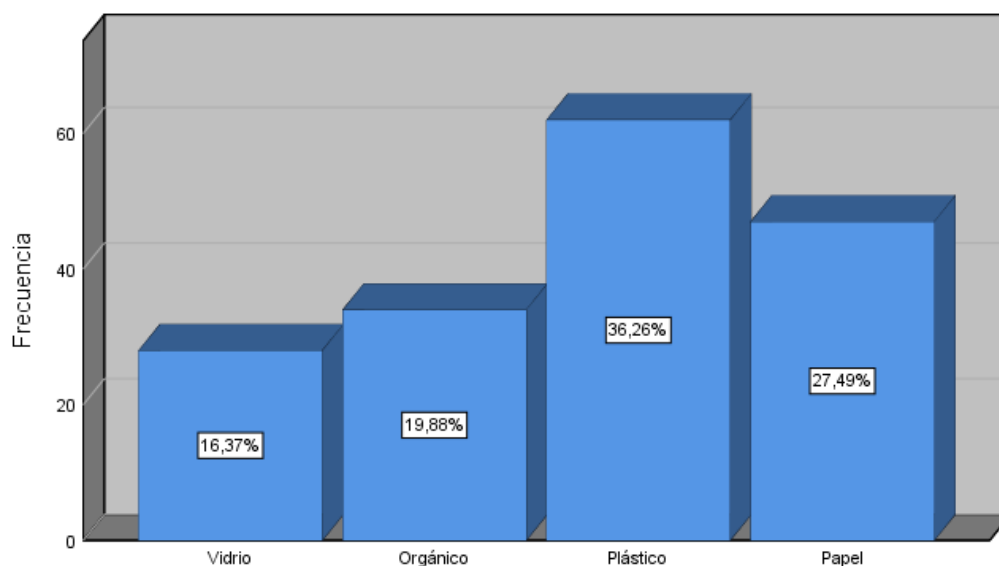
Tabla 6

Conocimiento sobre reciclaje

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Vidrio	28	16,4	16,4
Orgánico	34	19,9	36,3
Plástico	62	36,3	72,5
Papel	47	27,5	100,0
Total	171	100,0	

Figura 4

Conocimiento sobre reciclaje



Dentro de los resultados, cerca de la tercera parte de los establecimientos expresaron que optan por el reciclaje de los plástico, debido a que, es el material que suele abundar en la mayoría, por no decir en todos, sobre todo en lugares de bebidas, por lo tanto, es común que, la mayoría se incline por reciclarlo más; de igual manera que el material anterior, poco más de la cuarta parte indicaron que, tal vez no todos los papeles utilizados por los establecimientos se puedan reciclar, como es el caso de las servilletas, sin embargo, otro tipo de papeles se pueden reutilizar para imprimir volantes, u otros usos; cerca de la quinta parte expresaron que los residuos orgánicos son los materiales que reciclan, donde no desperdicia la comida sobrante y decide donarla o repartirla entre sus trabajadores; por último, el vidrio con una minoría, es el material menos reciclado.

¿De qué manera gestionan los residuos del negocio al final del día?

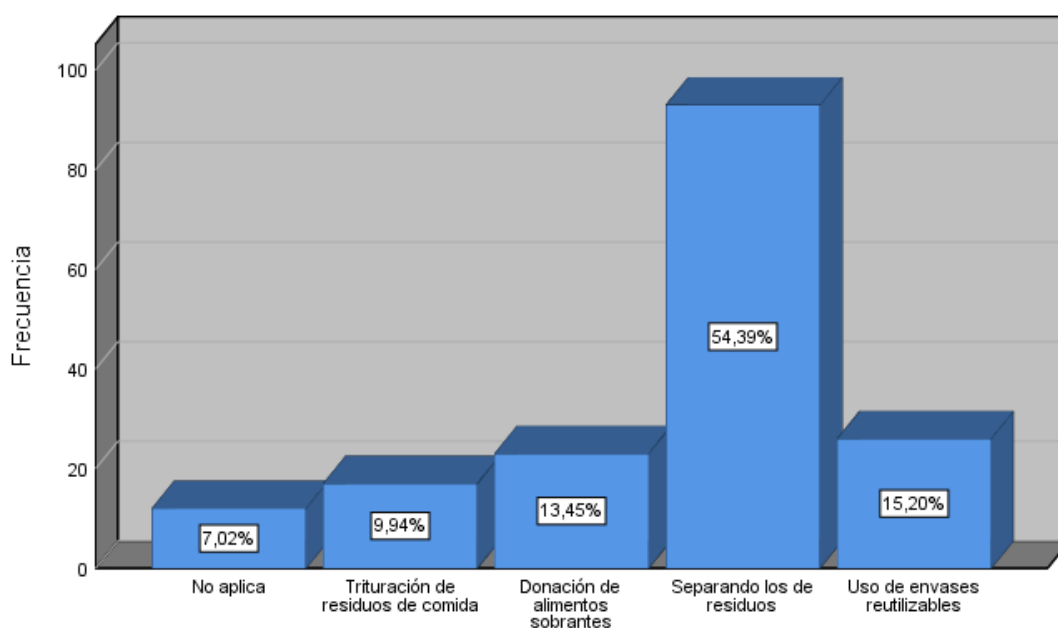
Tabla 7

Gestión de residuos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No aplica	12	7,0	7,0
Trituración de residuos de comida	17	9,9	17,0
Donación de alimentos sobrantes	23	13,5	30,4
Separando los de residuos	93	54,4	84,8
Uso de envases reutilizables	26	15,2	100,0
Total	171	100,0	

Figura 5

Gestión de residuos



Dentro de los resultados, se observa que, el hábito de separar los residuos está muy presente entre los trabajadores, puesto que poco más de la mitad de ellos procuran establecer una distinción entre los diferentes materiales que se desechan dentro de sus establecimientos; por otra parte, el uso de envases reutilizables es la segunda opción más recurrente, poco menos de la quinta parte, en lugar de preocuparse por la gestión de residuos, brindan una alternativa más saludable, donde los clientes se sientan más cómodos, dándoles un nuevo uso a los envases en lugar de simplemente descartarlos; del mismo modo, cerca de la sexta parte, optan por donar a la caridad el sobrante de sus productos; mientras que una minoría trituran sus residuos, o no aplica una gestión de residuos.

¿Qué estrategias de RSE realiza para ofrecer una buena imagen del negocio ante la sociedad?

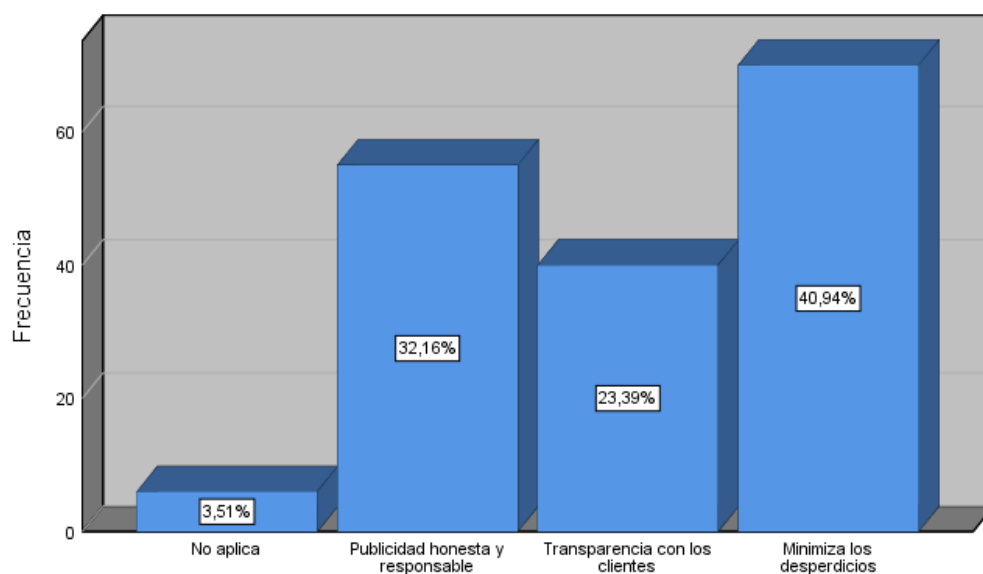
Tabla 8

Reputación ante la sociedad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No aplica	6	3,5	3,5
Publicidad honesta y responsable	55	32,2	35,7
Transparencia con los clientes	40	23,4	59,1
Minimiza los desperdicios	70	40,9	100,0
Total	171	100,0	

Figura 6

Reputación ante la sociedad



En los resultados obtenidos, se evidencia que la mayoría cuentan con una preocupación por su imagen y presentación hacia su clientela, donde menos de la mitad buscan presentar un espacio físico limpio y ordenado, minimizando sus desperdicios; del mismo modo, la tercera parte prioriza transmitir honestidad y responsabilidad a través de sus publicidades, captando la atención de nuevos clientes; menos de la cuarta parte, busca establecer un vínculo más estrecho entre sus consumidores, mostrando total transparencia en sus productos ofrecidos; y por último, una minoría no aplica estrategias de responsabilidad social empresarial, para impulsar su imagen y marca en la sociedad.

¿Cómo motivan a los trabajadores para realizar prácticas de RSE dentro del negocio?

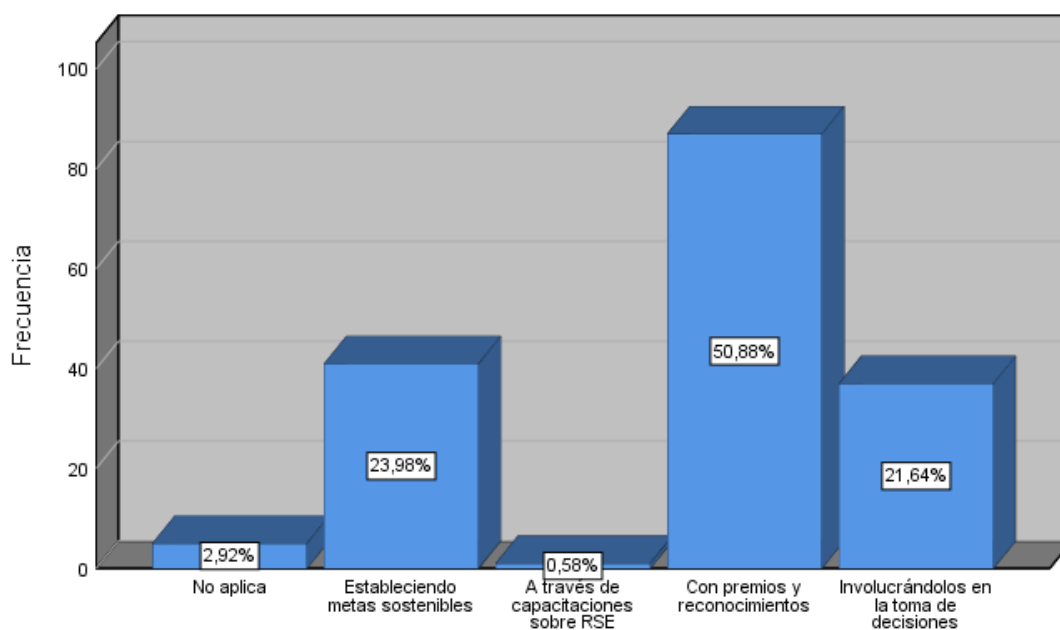
Tabla 9

Compromiso organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No aplica	5	2,9	2,9
Estableciendo metas sostenibles	41	24,0	26,9
A través de capacitaciones sobre RSE	1	,6	27,5
Con premios y reconocimientos	87	50,9	78,4
Involucrándolos en la toma de decisiones	37	21,6	100,0
Total	171	100,0	

Figura 7

Compromiso organizacional



Según las respuestas expuestas, la mitad de encuestados en el sector gastronómico, coinciden en que los gerentes los motivan a través de reconocimientos y premios hacia aquellos trabajadores que impulsen o fomenten a los demás a mantener un lugar de trabajo limpio, a través del reciclaje; sin embargo, la cuarta parte de los encuestados, son motivados a través de metas sostenibles; menos de la cuarta parte de los trabajadores expresan que sus opiniones son tomadas en cuenta para la toma de decisiones; una minoría no aplica estrategias motivadoras; y un caso aislado concientiza a los trabajadores a implementar practicas sostenibles, a través de capacitaciones.

¿Cómo considera que las prácticas de RSE actuales del negocio impacta en la comunidad?

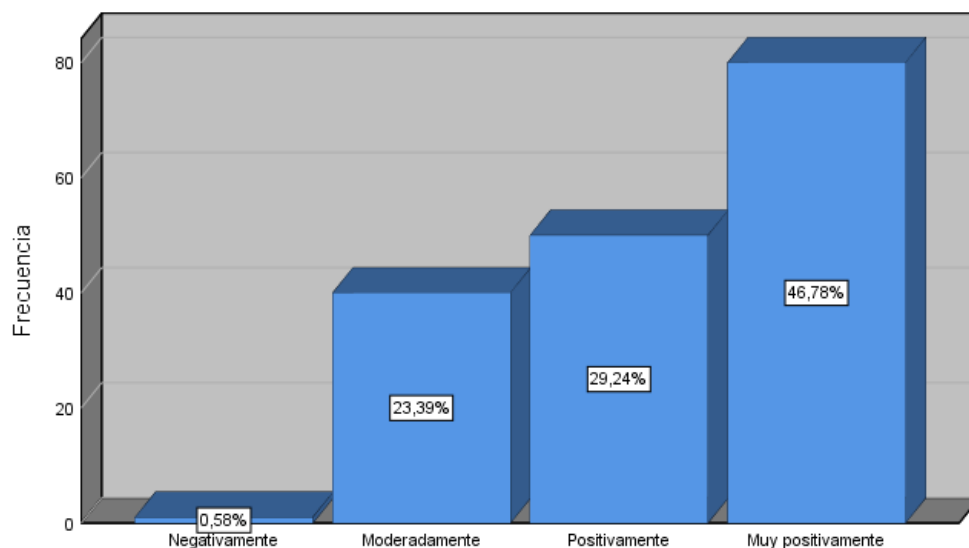
Tabla 10

Bienestar social

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Negativamente	1	,6	,6
Moderadamente	40	23,4	24,0
Positivamente	50	29,2	53,2
Muy positivamente	80	46,8	100,0
Total	171	100,0	

Figura 8

Bienestar social



En los resultados de los trabajadores encuestados, poco menos de la mitad de ellos coinciden que, las prácticas implementadas actualmente por los establecimientos donde laboran, han impactado de manera muy significativa al bienestar de los ciudadanos, principalmente por la medida implementada acerca de la reducción de los desechos, lo que proporciona un entorno más limpio y saludable para la sociedad; del mismo modo, poco menos de la tercera parte expresaron que sus acciones impactan positivamente a la comunidad; por otro lado, poco menos de la cuarta parte considera que sus acciones tienen un impacto moderado, sin embargo, puede mejorarlo implementando más y mejores prácticas responsables; y una minoría considera que sus acciones están perjudicando a la sociedad, sin embargo, pretende mejorar su impacto en un futuro aplicando prácticas más responsables.

¿De qué manera el negocio obtiene financiamiento para implementar prácticas de RSE?

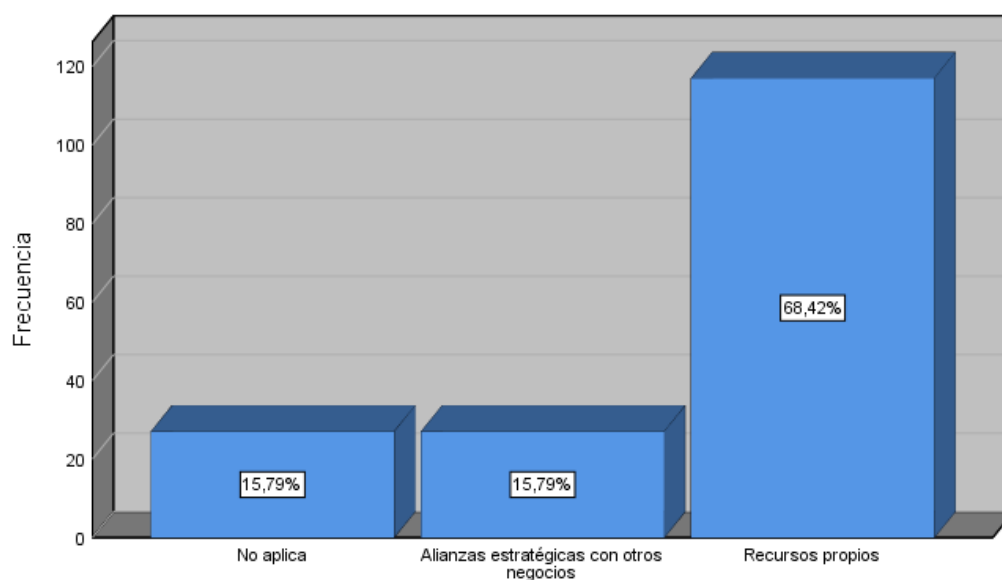
Tabla 11

Financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No aplica	27	15,8	15,8
Alianzas estratégicas con otros negocios	27	15,8	31,6
Recursos propios	117	68,4	100,0
Total	171	100,0	

Figura 9

Financiamiento



Dentro del total de las respuestas expresados por los trabajadores de los establecimientos pertenecientes al sector gastronómico, más de la mitad de encuestados afirman que, para financiar la implementación de prácticas socialmente responsables en sus actividades laborales, utilizan sus propios recursos, es decir, a través de ahorros o préstamos informales entre familiares o amigos, obtienen el capital suficiente para costear sus actividades responsables; de modo que, no recurren a ayudas externas como créditos o préstamos bancarios, tampoco reciben ayuda o apoyo gubernamental. Sin embargo, la mitad del restante de participantes supieron expresar que, se aliaron con otros negocios cercanos a la zona para ayudarse mutuamente e implementar estrategias sostenibles; y la otra mitad respondieron que no aplican ningún tipo de financiamiento hacia esa temática.

¿De qué manera considera que las prácticas de RSE impactarían en la rentabilidad el negocio?

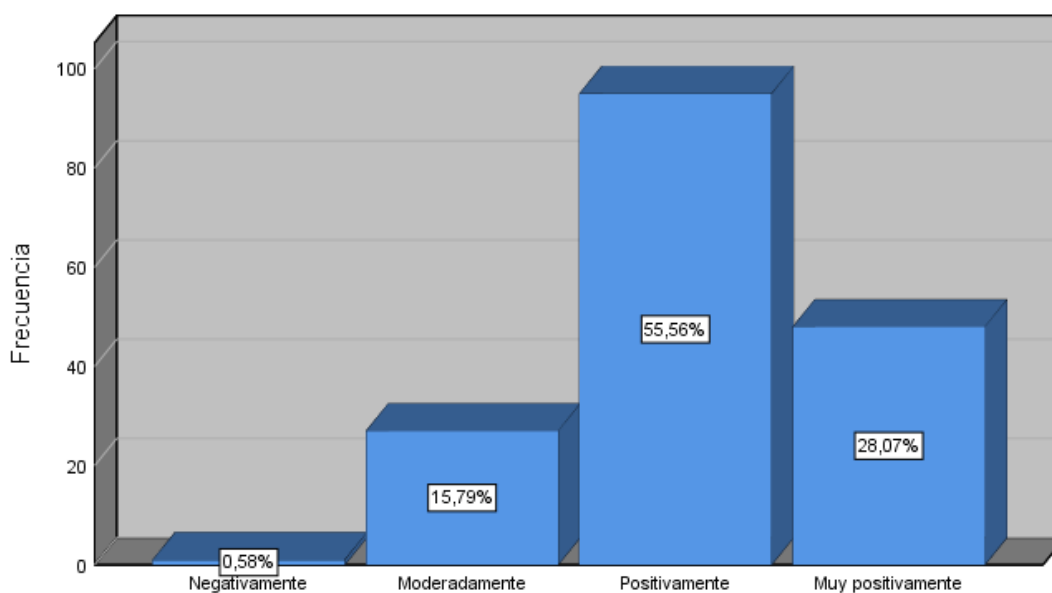
Tabla 12

Rentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Negativamente	1	,6	,6
Moderadamente	27	15,8	16,4
Positivamente	95	55,6	71,9
Muy positivamente	48	28,1	100,0
Total	171	100,0	

Figura 10

Rentabilidad



La pregunta fue pertinente para conocer el nivel de compromiso los establecimientos; donde poco más de la mitad consideran que sería beneficioso para la parte financiera en los establecimientos, además de fomentar el bien colectivo entre los trabajadores y la sociedad; de igual forma, cerca de la cuarta parte considera que el impacto en la rentabilidad del negocio sería muy grande, donde impulsarían sus ventas, y también, logrará posicionarlos como líderes en el mercado local; sin embargo, la minoría considera que su impacto sería moderado, donde impulsará las ventas tal vez durante los primeros días, más no el resto del mes o año; y un caso aislado considera un impacto negativo, al verlo como un gasto adicional.

¿Cómo consideraría el promedio de ventas al mes por implementar prácticas de RSE en el negocio?

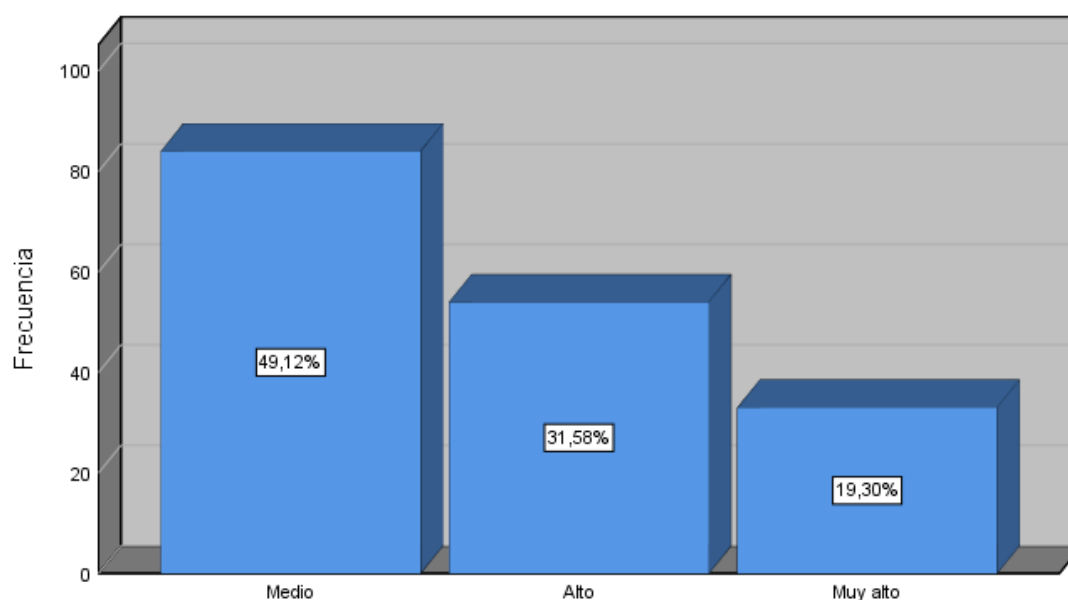
Tabla 13

Crecimiento empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	84	49,1	49,1
Alto	54	31,6	80,7
Muy alto	33	19,3	100,0
Total	171	100,0	

Figura 11

Crecimiento empresarial



La mayoría de las respuestas, fueron de carácter poco alentador, en el sentido de que, cerca de la mitad consideran que el tema de la RSE claro que impulsaría el nivel de las ventas; sin embargo también es pertinente considerar otros aspectos como la crisis económica que está pasando el país, donde el nivel de ingresos de la mayoría de las personas no le es suficiente para cubrir sus necesidades básicas; por otra parte, el resto de establecimientos lo ven desde otra perspectiva, cerca de la tercera parte consideran un impacto alto en las ventas y poco menos de la quinta parte lo consideran muy alto; donde perciben a las prácticas responsables como la alternativa para reactivar la economía local, puesto que, si crecen las demandas de ventas, también crece la demanda de empleo, por lo tanto, existe una mayor circulación del dinero.

¿Cómo calificaría la transparencia en la información nutricional que recibe el cliente acerca del producto?

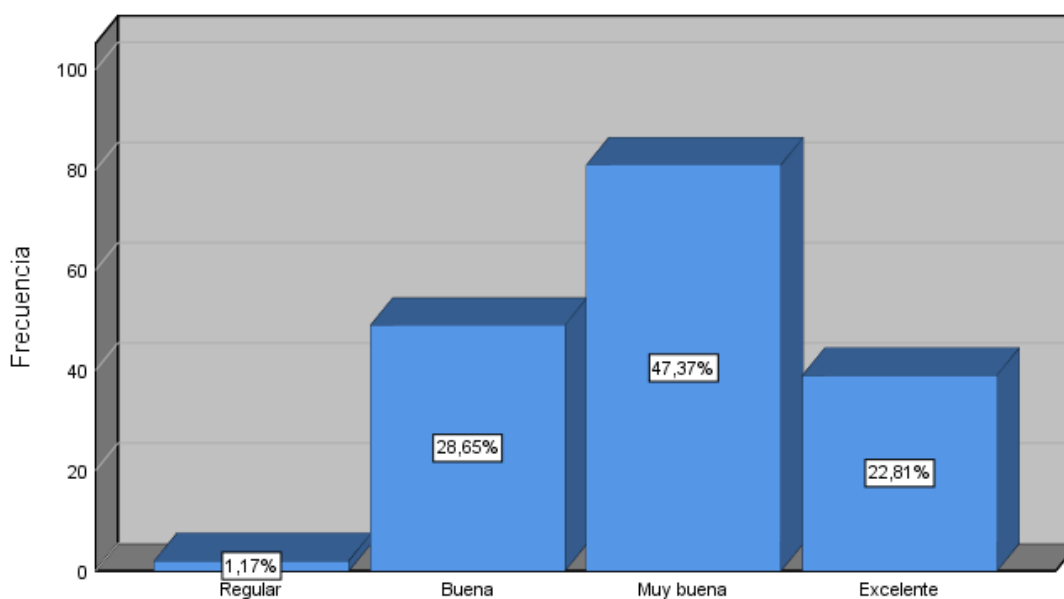
Tabla 14

Transparencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Regular	2	1,2	1,2
Buena	49	28,7	29,8
Muy buena	81	47,4	77,2
Excelente	39	22,8	100,0
Total	171	100,0	

Figura 12

Transparencia



En los resultados obtenidos, la mayoría coinciden que maneja una buena transparencia entre sus clientes; donde proporcionan toda la información que el consumidor desea conocer acerca del producto, como el proceso de producción, la calidad de los ingredientes, etc.; por otra parte, poco más de la cuarta parte de los encuestados, transmiten una información limitada del producto, es decir, brinda información nutricional, pero omiten ciertos detalles que podrían afectar a la imagen del establecimiento; luego, cerca de la quinta parte, transmiten de forma directa y honesta todo lo relacionado con el producto final, para crear un vínculo de confianza con los clientes y asegurar su fidelización; y la minoría transmite muy poca información.

¿Cómo mantienen un ambiente laboral adecuado dentro del negocio?

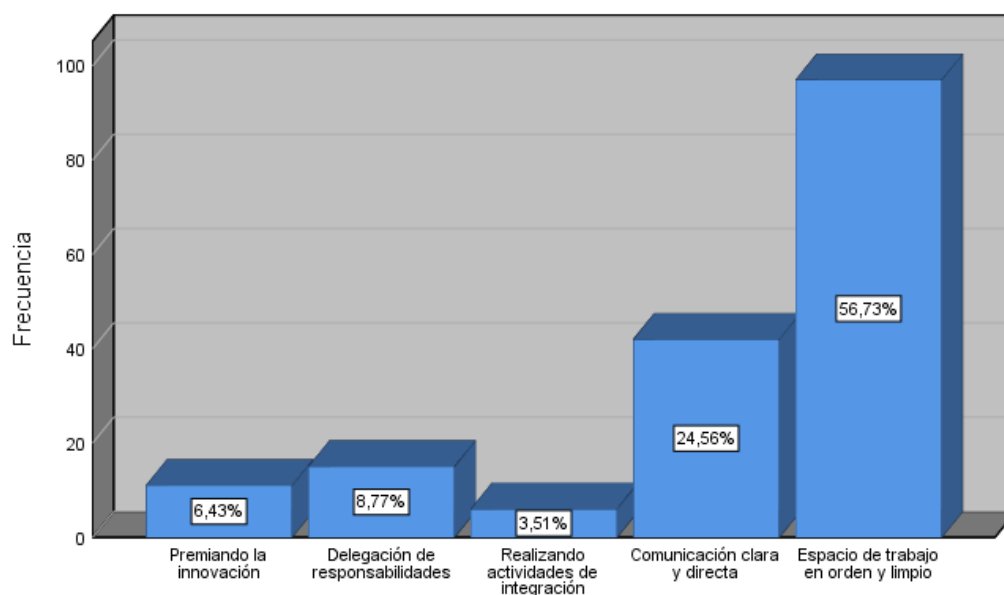
Tabla 15

Cultura organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Premiando la innovación	11	6,4	6,4
Delegación de responsabilidades	15	8,8	15,2
Realizando actividades de integración	6	3,5	18,7
Comunicación clara y directa	42	24,6	43,3
Espacio de trabajo en orden y limpio	97	56,7	100,0
Total	171	100,0	

Figura 13

Cultura organizacional



Los encuestados supieron indicar que, los establecimientos cuentan con espacios de trabajo en orden y limpio; por el contrario, cerca de la cuarta parte de los encuestados, expresaron que mantienen una comunicación clara y directa; otra minoría de los encuestados, informaron que a través de la delegación de responsabilidades a los trabajadores se crea un mayor nivel de confianza y responsabilidad; sin embargo, el restante de los encuestados, dentro de los establecimientos realizan actividades integradoras entre todos sus miembros, lo que aumenta el sentimiento de pertenencia, y también premian las nuevas ideas que aporten al desarrollo del negocio.

¿Qué tan frecuente se realiza un control de calidad en los procesos del negocio?

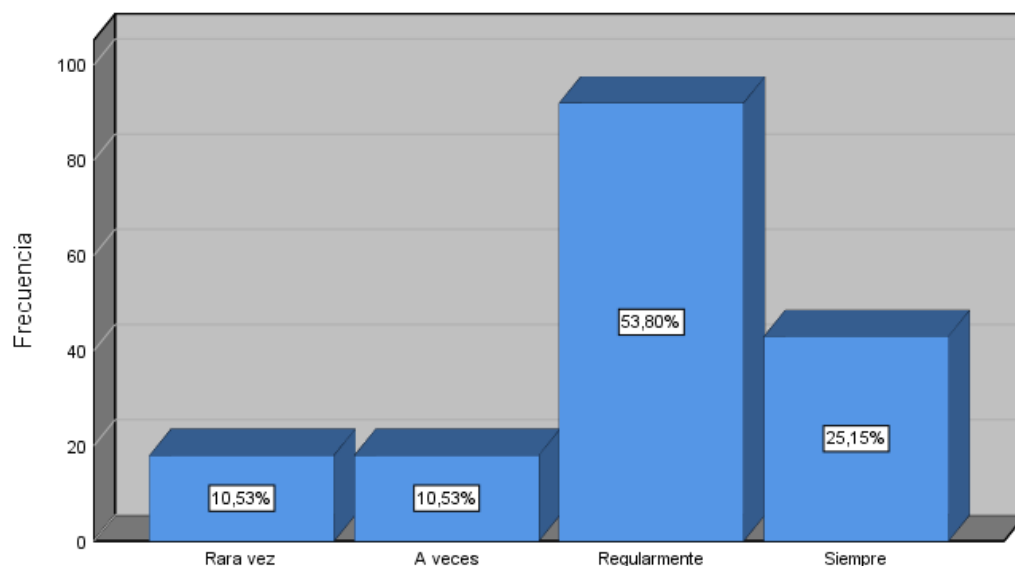
Tabla 16

Sistema de control

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Rara vez	18	10,5	10,5
A veces	18	10,5	21,1
Regularmente	92	53,8	74,9
Siempre	43	25,1	100,0
Total	171	100,0	

Figura 14

Sistema de control



En base a los resultados obtenidos, poco más de la mitad expresaron que los controles de calidad se los realiza regularmente entre semanas, donde se acerca el supervisor a los establecimientos para constatar que todo esté en orden; de igual manera, cerca de la cuarta parte mencionaron que siempre se lleva un control de todas las actividades y procesos dentro del establecimiento; donde constantemente el supervisor o administrador, frecuenta los diferentes puestos de trabajo, con la finalidad de hacer cumplir el reglamento a todos los miembros del negocio; en contraste con lo mencionado, la mitad del restante de encuestados, mencionaron que, los controles de calidad los realizan a veces, tal vez de dos a tres veces por mes, donde los administradores no lo consideran prioridad al confiar demasiado en sus trabajadores; y la otra mitad restante, mencionaron que, los controles de calidad se los realiza rara vez al mes.

¿En cuál de las siguientes opciones de RSE ha invertido el negocio en los últimos años?

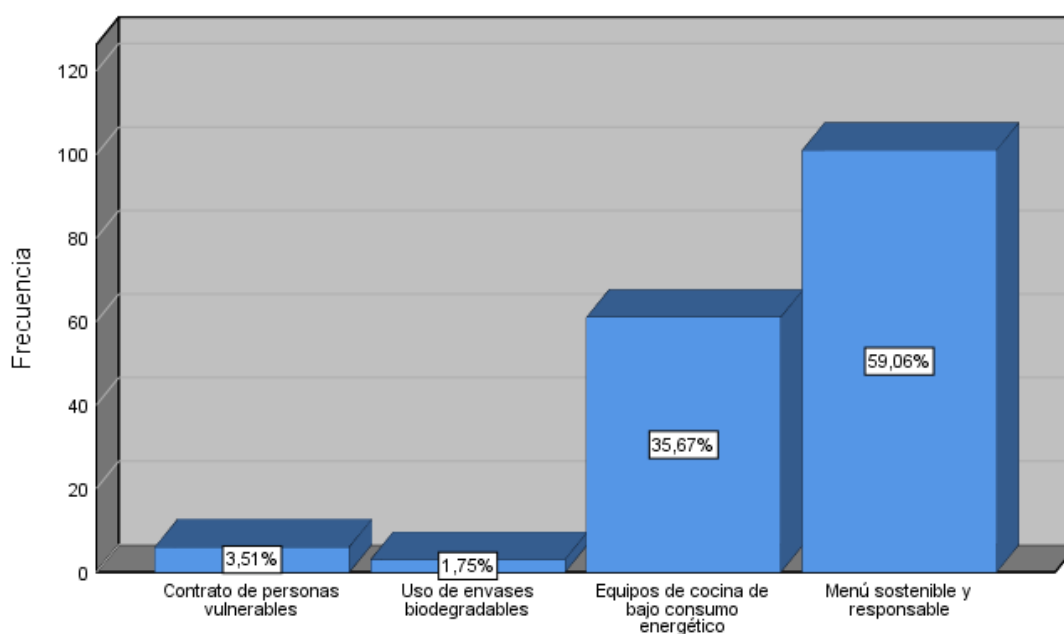
Tabla 17

Innovación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Contrato de personas vulnerables	6	3,5	3,5
Uso de envases biodegradables negocios	3	1,8	5,3
Equipos de cocina de bajo consumo energético	61	35,7	40,9
Menú sostenible y responsable	101	59,1	100,0
Total	171	100,0	

Figura 15

Innovación



Dentro de los resultados, más de la mitad de los establecimientos han implementado menús más sostenibles y responsables, integrando dentro de sus opciones productos más saludables, brindando la oportunidad consumir productos veganos; por otro lado, poco más de la tercera parte adquirieron equipos e implementos para la preparación de alimentos de bajo consumo energético, lo que reduce en gran medida su impacto ambiental; por último, una minoría de establecimientos, contrataron a personas pertenecientes a grupos vulnerables y utilizan envases biodegradables.

¿Cuál de las siguientes medidas aplica con más frecuencia el personal encargado de preparar los alimentos en el negocio?

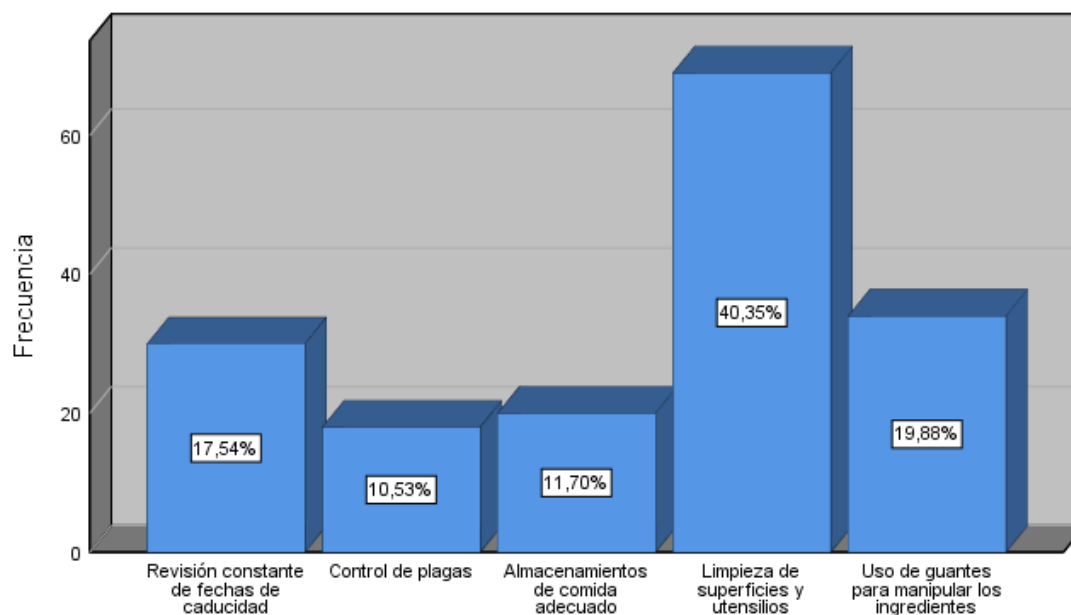
Tabla 18

Prácticas saludables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Revisión constante de fechas de caducidad	30	17,5	17,5
Control de plagas	18	10,5	28,1
Almacenamientos de comida adecuado	20	11,7	39,8
Limpieza de superficies y utensilios	69	40,4	80,1
Uso de guantes para manipular los ingredientes	34	19,9	100,0
Total	171	100,0	

Figura 16

Prácticas saludables



Los trabajadores encuestados expresaron que, dos quintas partes de los establecimientos realizan constantes limpiezas de las superficies y utensilios en el área de preparación de alimentos; del mismo modo, una quinta parte utiliza guantes y accesorios necesarios para manipular los alimentos; por otro lado, menos de la quinta parte, están atentos a las fechas de caducidad de los productos; y la minoría de los establecimientos realiza controles de plaga y almacena de manera adecuada los ingredientes sin utilizar.

¿Cuál de las siguientes opciones ofrece para satisfacer a los clientes que consumen en el negocio?

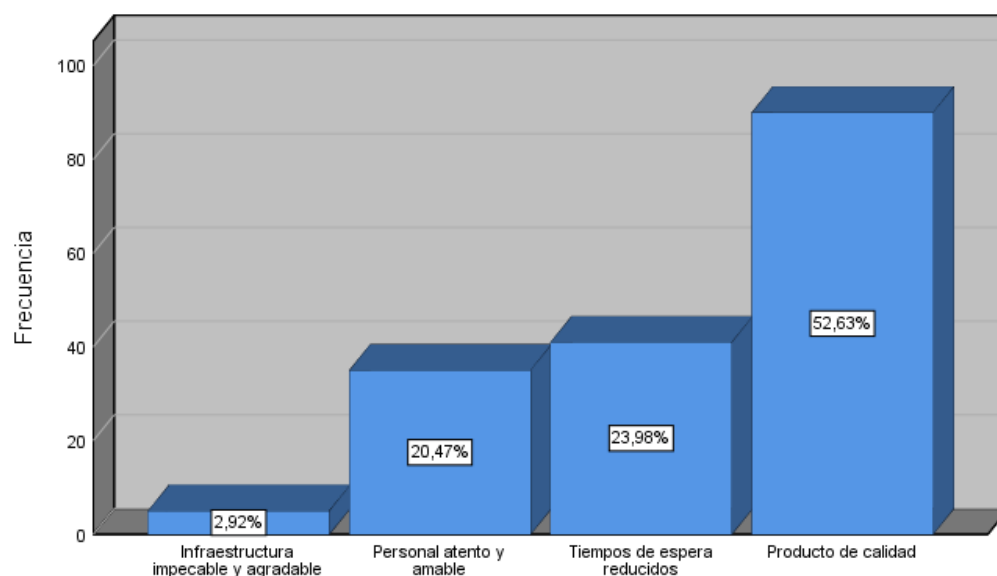
Tabla 19

Calidad del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Infraestructura impecable y agradable	5	2,9	2,9
Personal atento y amable	35	20,5	23,4
Tiempos de espera reducidos	41	24,0	47,4
Producto de calidad	90	52,6	100,0
Total	171	100,0	

Figura 17

Calidad del servicio



Los trabajadores encuestados destacaron que, poco más de la mitad de los establecimientos se caracterizan por ofrecer los mejores productos de calidad, de esta manera, amplían el nivel de fidelización por parte de los clientes; por otro lado, la cuarta parte de los encuestados captan la atención de los clientes, al minimizar lo más posible los tiempos de espera para la entrega del producto final; del mismo modo, la quinta parte de los establecimientos, ofrecen una atención al cliente más personalizada, lo que genera un vínculo más directo entre el negocio y el cliente; sin embargo, la minoría se preocupan más por presentar la infraestructura del establecimiento impecable y agradable, de esta manera, genera un entorno más adecuado para los clientes y para los trabajadores.

Discusión

Mediante el levantamiento de información realizado a los emprendimientos y negocios, se logró obtener los datos necesarios para diagnosticar la situación actual de los emprendimientos, las prácticas responsables que aplican y las estrategias sostenibles que pueden aplicar o mejorar en los negocios. De este modo, es pertinente destacar que, según los resultados de las **entrevistas**, recalcan la importancia de implementar la RSE en la planificación de sus actividades, puesto que la temática ayuda a concientizar a los trabajadores sobre el correcto manejo de los residuos, adoptar medidas que contribuyan al desarrollo económico de la localidad y al buen vivir de la sociedad.

De acuerdo con lo expresado por las entrevistadas, en el sector gastronómico existe una cultura responsable débil, donde por lo general, no capacitan a sus empleados, pero si fomentan la gestión de sus residuos, aunque de manera inadecuada, lo que demuestra que existe un interés por la temática, pero sin llegar a materializarse de forma efectiva. En contraste con lo mencionado por Mendoza Vélez y Loo Zambrano (2023), expresaron que las empresas públicas del país, constantemente buscan capacitar a sus servidores acerca de las normativas ambientales, además de brindarles un espacio de trabajo adecuado; no obstante, es escasa una cultura de responsabilidad en la gestión de residuos. Evidenciando la diferencia entre la administración pública y privada.

Por otra parte, Flores Pinoargote y Morales Macias (2024) mencionan en su investigación que, los restaurantes en la localidad de Santo Domingo, si realizan prácticas responsables de gestión de residuos, convirtiendo la mayoría de los desechos en abonos; sin embargo, incumplen el principio de transparencia, puesto que transmiten de manera limitada la información de las actividades que realizan hacia la sociedad. Por el contrario, en el casco comercial del cantón La Libertad existe una transparencia en la información de los productos y procesos de producción, lo que permite establecer un vínculo más estrecho con los clientes.

Asimismo, se logró evidenciar que dentro de los establecimientos buscar impactar en el bienestar social, a través de concientización de sus consumidores, puesto que la entrega de panfletos junto con producto, pretende establecer una cultura de reciclaje y gestión de residuos. Del mismo modo, Franco Tómalá (2023) dedujo que, para los restaurantes de Salinas, la mejor forma de impulsar una cultura de reciclaje, es la participación del personal en la limpieza de la playa, a través de mingas realizadas junto con el GAD municipal y las comunidades cercanas a los establecimientos.

Con respecto a la información obtenida de las **encuestas**, los resultados demuestran que los trabajadores de los emprendimientos, cuentan con ciertos conocimientos acerca de la Responsabilidad Social Empresarial; donde existe una creciente cultura responsable dentro de los establecimientos, fomentada principalmente por los administradores de los negocios, lo cual expresa su interés genuino por la temática y el impacto de sus actividades en la sociedad y el medio ambiente.

Por tal motivo, la mayoría de los establecimientos, busca minimizar sus desperdicios, a través de la separación de sus residuos, hecho que brinda un espacio físico limpio y ordenado, de manera que, logran un mejor ambiente laboral. Sin embargo, Mendoza Vélez y Loor Zambrano (2023) identificaron que, las empresas públicas al cumplir con el marco legal, brindan valor socioeconómico, al dar la protección, trabajo y salarios justos; lo cual, genera un sentimiento de lealtad entre sus servidores y mejora el bienestar social.

De igual manera, en su investigación también identificaron que, en su mayoría las empresas públicas promueven valores organizacionales orientados al compromiso social y ambiental, hecho que incentiva a los servidores públicos a incurrir en esa área; lo que les permite cumplir con el marco legal y les genera una mejor reputación. En contraste, los resultados obtenidos, en el sector privado, la mayoría de los negocios de comida, presentan un enfoque diferente de motivar a sus trabajadores; lo realizan a través del reconocimiento de sus esfuerzos públicamente y con pequeños incentivos económicos.

Por último, expresaron que, los altos mandos de las empresas ecuatorianas buscan principalmente el beneficio económico a toda costa, por lo tanto, suelen ignorar los impactos sociales que ocasionan sus actividades y evitan la transparencia de sus procesos. Por el contrario, un negocio puede combinar la parte responsable con el beneficio del negocio; donde los establecimientos encuestados expresaron que agregar prácticas responsables impulsaría las ventas y el beneficio económico; puesto que, atraería a clientes potenciales que busque consumir en negocios socialmente responsables, y a su vez promovería la economía local.

Por otra parte, Franco Tomalá (2023) identificó que, la mayoría de los administradores, gerentes y propietarios de los restaurantes ubicados en la cabecera del cantón Salinas, carecen de los conocimientos necesarios para implementar de manera correcta prácticas responsables; lo que limita su accionar hacia el bienestar social y ambiental. Por el contrario de los hallazgos obtenidos, en su mayoría de los establecimientos, los gerentes impulsan en sus trabajadores, el hábito de separar los residuos, por plásticos, vidrio y residuos orgánicos.

Por consiguiente, desde la perspectiva de los trabajadores encuestados, incorporan estrategias de transparencia con los clientes, al brindarles información oportuna de los productos que van a consumir y el proceso de producción; lo que evidencia que los negocios se preocupan por su reputación ante la sociedad. Lo que concuerda con lo expresado por Chenet Zuta et al. (2024), donde mencionan que, la mayoría de los restaurantes peruanos, brinda transparencia en la gestión de sus actividades y rendición de cuentas hacia la sociedad; de manera que, buscan influir en la decisión de compra de los clientes que distinguen entre los establecimientos que velan entre sus responsabilidades económicas y éticas-legales.

En cambio, los autores Flores Pinoargote y Morales Macias (2024) identificaron que, los restaurantes ubicados en la localidad de Santo Domingo, muestran un comportamiento ético más amplia, al realizar prácticas de reciclaje junto con estudiantes de escuelas. En contraste con los establecimientos del casco comercial, enfatizan en la ética empresarial, a través de una comunicación clara y directa entre todos sus miembros, y la delegación de responsabilidades a trabajadores con menor cargo; lo cual también mejora su enfoque social.

Del mismo modo, otro hallazgo identificado en su trabajo de investigación, fue que la mayoría de los restaurantes suelen jactarse de las prácticas responsables que implementan; sin embargo, los medios para corroborar sus afirmaciones son escasos, debido a la poca transparencia de sus procesos hacia los consumidores. A diferencia de los establecimientos del casco comercial, buscan transmitir una imagen más responsable a través de publicidades más honestas, donde muestran sus acciones sostenibles, sin llegar a competir con otros negocios, lo cual muestra un sentimiento humilde, y priorizan la confianza y la relación con sus clientes.

Adicionalmente, según lo expresado por Vidal Barba (2020) la empresa donde se llevó a cabo el caso de estudio, cuenta con un ambiente laboral muy agradable e inclusivo, donde se trata por igual a todos los miembros de la empresa, sin importar el sexo, religión, raza u origen; lo que aumenta el nivel de pertenencia por parte de los trabajadores. Es evidente que el tema de la inclusión responde a las expectativas de la dimensión social de la RSE; sin embargo, los emprendimientos del sector gastronómico, prefieren incurrir en actividades que estén encaminadas más hacia la dimensión ambiental, donde la mayoría prefiere invertir en menús más sostenibles y reducir su impacto ambiental, a través de la disminución de su consumo eléctrico; aun así, una minoría se enfoca en la dimensión social, al contratar personas que pertenezcan a algún grupo vulnerable sin discriminación ni prejuicios. Por lo tanto, conforme a las necesidades detectadas en los resultados, se propone el siguiente plan de acción.

Propuesta

Plan de acción para la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.

Antecedentes

Actualmente, la temática de la Responsabilidad Social Empresarial ha tenido mucha relevancia en todas las empresas del mundo. Dentro del sector gastronómico es donde cobra mayor fuerza, por la constante generación de residuos por parte de los negocios; de esta manera, en la península de Santa Elena, dentro del casco comercial del cantón La Libertad, los resultados demuestran que los emprendimientos aplican en menor medida prácticas de RSE, si bien, existe un grado de compromiso por parte de los gerentes de los negocios, las medidas tomadas son ineficientes para desarrollar la temática por completo dentro de sus modelos de negocios.

Una posible solución que pueden implementar los emprendimientos, es socializar o capacitar a sus empleados en el uso de prácticas más responsables, y supervisar periódicamente el cumplimiento de las prácticas; también pueden colaborar con los ciudadanos más cercanos a los negocios para realizar limpiezas de los espacios públicos aledaños a estos emprendimientos, para mantener un orden y pulcritud en la zona. En virtud de lo expuesto anteriormente, se presenta el plan de acción con estrategias para que los emprendimientos del sector gastronómico, logren impactar de forma más significativa a los factores económicos, social y el ambiental.

Filosofía empresarial

Misión

Potenciar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dentro del sector gastronómico, a través de estrategias responsables y sostenibles a largo plazo, que contribuyan al desarrollo de ventaja competitiva de los emprendimientos del casco comercial del cantón La Libertad.

Visión

Impulsar al sector gastronómico dentro del mercado responsable a través de la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, donde se destaca el impacto positivo y la contribución hacia la sociedad y al entorno en donde operan.

Objetivo general

Establecer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que contribuyan al desarrollo de ventaja competitiva en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.

Objetivos específicos

- Impulsar las prácticas responsables que aumenten la rentabilidad a largo plazo de los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.
- Contribuir al bienestar social a través del desarrollo de actividades socialmente responsable en los habitantes de la comunidad.
- Reducir el impacto ambiental de las operaciones realizadas por los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.
- Desarrollar ventaja competitiva a partir de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.

Valores

Responsabilidad: asumir las consecuencias de las acciones y decisiones empresariales.

Compromiso: contribuir activamente al bienestar social.

Transparencia: transmitir información abiertamente con clientes, proveedores, trabajadores y sociedad.

Inclusión: fomentar la participación y diversidad de todos los miembros del negocio por igual.

Tabla 20

FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Excelente atención al cliente.	1. Tendencias al consumo responsable.
2. Variedad en el menú.	2. Acceso a programas de RSE.
3. Compromiso de los trabajadores por implementar la RSE.	3. Fidelidad de los clientes.

DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Capital insuficiente para aplicar RSE.	1. Cambios en los gustos del consumidor hacia opciones más saludables.
2. Escasa inversión en nuevas tecnologías sostenibles.	2. Presión social por reducir su impacto ambiental.
3. Conocimiento limitado sobre la RSE.	3. Desventaja competitiva frente a cadenas o franquicias socialmente responsables.

Tabla 21*Matriz estratégica cruzada*

		Oportunidades	Amenazas
		Externas	O1. Tendencias al consumo responsable. O2. Acceso a programas de RSE. O3. Fidelidad de los clientes.
Internas	Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
	F1. Excelente atención al cliente. F2. Variedad en el menú. F3. Compromiso de los trabajadores por implementar la RSE.	F2-O3. Aprovechamiento de la flexibilidad del menú para ofrecer opciones de productos más saludables, para atraer a consumidores responsables. F3-O1. Fortalecimiento de la motivación y la cultura organizacional responsable de los trabajadores a través de reconocimiento público.	F1-A3. Construcción de una imagen de negocio responsable a través de la presentación del personal que atiende al cliente. F3-A2. Implementar áreas de reciclaje que capten la atención de clientes potencialmente responsables.
	Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
	D1. Capital insuficiente para aplicar RSE. D2. Escasa inversión en nuevas tecnologías sostenibles. D3. Conocimiento limitado sobre la RSE.	D1-O2. Acceso a financiamiento externo para cubrir las actividades de RSE. D3-O2. Capacitación a los trabajadores acerca de la RSE.	D2-A3. Establecimiento de alianzas estratégicas entre los emprendimientos para invertir en tecnologías sostenibles. D3-A1. Realización de campañas de concientización hacia los habitantes acerca del consumo responsable.

Tabla 22

Plan de acción

Objetivo General	Dimensión	Objetivos específicos	Estrategias	Actividades
Establecer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que contribuyan al desarrollo de ventaja competitiva en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.	Económica	Impulsar las prácticas responsables que aumenten la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo de los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de la variedad del menú para ofrecer opciones de productos más saludables para atraer a consumidores responsables. • Construcción de una imagen de negocio responsable a través de la presentación del personal que atiende al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un apartado en el menú que diga “saludable”. • Destinar parte de sus ingresos generados a causas comunitarias. • Colocar en el uniforme pines que indiquen que son parte de un negocio responsable. • Implementar protocolos de higiene y presentación personal acorde a los valores del negocio.
	Social	Contribuir al bienestar social a través del desarrollo de actividades socialmente responsables en los habitantes de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de la motivación y la cultura organizacional responsable de los trabajadores a través de reconocimiento público. • Realización de campañas de concientización hacia los habitantes acerca del consumo responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un tablero de logros, que dé a conocer a los clientes, las acciones responsables del negocio. • Incluir a los trabajadores en la toma de decisiones pequeñas. • Realizar mingas de limpieza junto con la comunidad de los espacios públicos aledaños a estos emprendimientos. • Realizar una campaña en redes sociales con publicaciones sobre el impacto del consumo sostenibles.

Ambiental	Reducir el impacto ambiental de las operaciones realizadas por los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a financiamiento externo para cubrir las actividades de RSE. • Capacitación a los trabajadores acerca de la RSE. 	<ul style="list-style-type: none"> • Postular en programas gubernamentales que apoyen económicamente las prácticas responsables en pequeños negocios. • Participar en ferias o eventos de sostenibilidad y responsabilidad social. • Postular en instituciones públicas que ofrezcan capacitaciones o cursos gratuitos en el tema de RSE. • Evaluar el nivel de impacto de la capacitación en el personal.
Ventaja competitiva	Desarrollar ventaja competitiva a partir de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de áreas de reciclaje que capten la atención de clientes potencialmente responsables. • Establecimiento de alianzas estratégicas entre los emprendimientos para invertir en tecnologías sostenibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instalar estaciones de separación de residuos que incluyan contenedores de reciclaje dentro de los establecimientos. • Establecer alianzas con recicladores o empresas de gestión ambiental • Aliarse entre negocios para negociar con proveedores que ofrezcan descuentos al por mayor en tecnologías de bajo consumo energético. • Monitorear y evaluar el impacto de las tecnologías sostenibles.

Presupuesto

Para implementar la mayoría de las estrategias propuestas en el plan de acción, es pertinente establecer que se necesita la adquisición de ciertos artículos para realizar las actividades previstas; por lo tanto, se presenta un estimado de los gastos que se incurrirán para la adquisición de materiales e instrumentos necesarios para las estrategias.

Tabla 23

Presupuesto

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Nuevo apartado del menú	1	\$100,00	\$100,00
Pines / credenciales	10	\$1,62	\$16,20
Tablero de corcho	1	\$28,00	\$28,00
Escobas	5	\$1,00	\$5,00
Recolectores	5	\$1,00	\$5,00
Contenedores de reciclaje	5	\$64,00	\$320,00
Total		\$195,62	\$474,20

Periodo de cumplimiento

El presente plan de acción está estipulado para una ejecución y cumplimiento de 12 meses posteriores a la culminación del presente trabajo de investigación. Donde, la mayoría de las estrategias tendrán un impacto medible a mediano y largo plazo, puesto que, requieren de una inversión mayor, tanto en recursos como en tiempo. Además, se espera que los propietarios de los emprendimientos y negocios, evalúen la viabilidad de las estrategias propuestas para impulsar su ventaja competitiva y su implementación de prácticas de RSE.

Responsables del cumplimiento

Los encargados de monitorear y velar por el cumplimiento de las estrategias presentadas en el plan de acción, serán los propietarios y administradores de los emprendimientos y negocios pertenecientes al sector gastronómico, en el casco comercial del cantón La Libertad; principalmente por ser los líderes y cabecillas de los establecimientos, y quienes evaluarán los resultados y el desempeño de los trabajadores al implementar las estrategias; además de ser los mayormente beneficiados al implementar las prácticas de RSE.

Impactos

Económico

La ejecución de las estrategias propuestas de Responsabilidad Social Empresarial, aumentará el nivel de ventas en los emprendimientos y negocios del sector gastronómico, debido a que, la implantación de prácticas responsables captará la atención de nuevos clientes que estén interesados por consumir en establecimientos que minimizan su impacto ambiental.

Social

Las estrategias propuestas generarán un impacto positivo a la sociedad, puesto que, al momento de concientizar a los habitantes de la comunidad acerca de la RSE, contribuirá al desarrollo del buen vivir y el mantenimiento de entornos limpios y seguros; donde las personas prioricen la sana convivencia con el medio ambiente.

Ambiental

La aplicación de prácticas socialmente responsables en los emprendimientos y negocios, reducirá su impacto ambiental, donde los trabajadores prioricen la buena gestión de residuos, lo que proporcionará espacios de trabajo y de consumo más limpios y sanos.

Ventaja competitiva

El plan de acción propuesto para los emprendimientos del sector gastronómico, impulsará su ventaja competitiva, permitiéndoles establecer una diferenciación entre las grandes franquicias y negocios de renombre; de esta manera, impulsará su crecimiento hacia nuevos mercados.

Conclusiones

Se logró diagnosticar que, los negocios cuentan con una cultura de Responsabilidad Social Empresarial en crecimiento, puesto que la mayoría de los establecimientos encuestados gestionan sus residuos de forma responsable, lo que fomenta valores de reciclaje y sostenibilidad entre sus trabajadores; lo cual demuestra el sentimiento de contribuir al cuidado del medio ambiente y el desarrollo social. Sin embargo, también se identificó que los conocimientos sobre la temática son limitados, lo que impide la aplicación de prácticas responsables, o, por el contrario, aumenta la ejecución errónea de las prácticas.

Se identificaron los factores que influyen en la aplicación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial; donde el factor de la cultura organizacional encabeza la lista, debido a que, en la mayoría de los establecimientos los gerentes son los impulsores de la adopción de hábitos como la separación de residuos en sus trabajadores; otro factor a considerar, es la reputación del negocio ante la sociedad, donde la imagen de un negocio socialmente responsable es más atrayente para los consumidores que toman en cuenta el impacto ambiental de los negocios.

A pesar de contar con pequeñas acciones enfocadas en la RSE por parte de los emprendimientos, fue pertinente reforzar esas prácticas a través de actividades claves que generen una cultura responsable entre los trabajadores; por tal motivo, mediante un plan de acción propuesto, se plantearon estrategias a partir del análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas; con la finalidad de impulsar el desarrollo de la ventaja competitiva en los emprendimientos. De las cuales, las más relevantes son capacitar a los trabajadores, implementar áreas de separación de residuos, y postular en programas que impulsen la RSE.

Se reconoció que en la mayoría de los negocios existe un compromiso genuino por parte de los trabajadores para aplicar prácticas socialmente responsables; de este modo, se evidencia una actitud positiva y una disposición hacia el cambio y la mejora continua; sin embargo, los pocos conocimientos que presentan los gerentes, limitan en gran medida la correcta aplicación de dichas prácticas en los negocios, y en consecuencia, las acciones se realizan sin una guía clara, reduciendo su efectividad y sostenibilidad en el tiempo. Por lo tanto, a través del plan de acción se presentan estrategias aplicables y de baja inversión para los emprendimientos.

Recomendaciones

Se recomienda a los gerentes de los negocios del sector gastronómico, enfocar sus esfuerzos y actividades en consolidar el compromiso identificado de los trabajadores en aplicar prácticas de RSE; por tal motivo, deben establecer metas y objetivos alcanzables a corto y largo plazo, orientados a la temática; de tal manera que, logren mejorar el desempeño y el ambiente laboral, fortalecer la reputación del establecimiento ante los consumidores, y beneficien tanto al negocio y a la comunidad.

Se sugiere fortalecer los factores influyentes en la RSE de los establecimientos del sector gastronómico, a través de un liderazgo activo y responsable por parte de los gerentes, de tal manera que, promuevan una cultura organizacional con una visión dirigida hacia la RSE entre todos los miembros del negocio. Por lo tanto, es pertinente establecer políticas internas que motiven a los trabajadores a realizar prácticas responsables más seguidas, como la separación de residuos y el uso eficiente de recursos. Del mismo modo, se recomienda la transparencia de las actividades responsables de los negocios a través de sus canales de comunicación; con la finalidad de aprovechar el valor de su reputación como una ventaja competitiva.

Del mismo modo, se sugiere a los emprendimientos integrar de manera inmediata las estrategias propuestas dentro del plan de acción, enfocándose principalmente en capacitar constantemente a los trabajadores en prácticas de RSE, también implementar espacios y equipos adecuados para la separación de residuos generados por los negocios, y participar activamente en talleres y programas que fortalezcan y actualicen los conocimientos de RSE; además de realizar seguimientos y pruebas periódicas de la aplicación de los conocimientos adquiridos, con la finalidad de medir la eficiencia de las estrategias implementadas, y de ser necesario mejorarlas.

Por último, se recomienda al sector gastronómico, priorizar las estrategias propuestas en el plan de acción, que sean más viables y que se acoplen de mejor manera a sus metas y objetivos, especialmente aquellas de bajos costos que permitan ampliar los conocimientos de RSE en los trabajadores. De manera que, estarían aprovechando su compromiso para aplicar y mejorar las prácticas socialmente responsables en los negocios. Del mismo modo, se sugiere realizar constantes monitoreos y evaluaciones que midan los avances del negocio en la temática; con la finalidad de continuar o ajustar las estrategias según sea necesario.

Referencias

- Ábrego Rodríguez, A., & Castillo C, F. (2022). *Marketing digital e-commerce y las ventajas competitivas*. A - Editorial Universitaria Carlos Manuel Gasteazoro.
<https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/230320>
- Álvarez Morales, E. L., Paladines Cevallos, L., Montero Pacha, C., & Arce Valle, M. (2019). *Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas ecuatorianas en la última década*. Universidad de la Habana.
<https://centroseditorial.com/index.php/revista/article/view/77>
- Arenal Laza, C. (2022). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. UF2382. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/216607>
- Asamblea Nacional. (2004). *Ley de Gestión Ambiental, Codificación*.
<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.
https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Avendaño Mancipe, J. F., & Pulido Talero, W. E. (2023). *Modelo híbrido para la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/274543>
- Barrientos Monsalve, E. J., Sotelo Barrios, M. E., & Hoyos Patiño, J. F. (2024). *Metodología de la investigación. Guía práctica para la formulación de proyectos de investigación con ejemplos en áreas de administración y diseño*. Ecoe Ediciones S.A.S.
https://www.researchgate.net/publication/377656176_Metodologia_de_la_investigacion_Guia_practica_para_la_formulacion_de_proyectos_de_investigacion_con_ejemplos_en_areas_de_administracion_y_diseño
- Barrón de Olivares, V., & D' Aquino, M. (2020). *Proyectos y metodologías de la investigación*. Editorial Maipue. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/160000>
- Bustos, P., & Moreno, K. (2020). Responsabilidad Social Empresarial y sus Efectos en la Imagen de Marca: Un Estudio de Revisión Sistemática. *Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología*, 7(1), 44-68.
<http://recitiutm.iutm.edu.ve/index.php/recitiutm/article/view/172>
- Canessa Illich, G., & García Vega, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el mundo*. Lima: Perú 2021: Una nueva visión.
<https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/abc%20de%20la%20rse%20en%20el%20peru%20y%20el%20mundo.pdf>
- Cárcamo Solís, M. d., & Álvarez Guanajuato, L. d. (2018). *Sobre la responsabilidad social empresarial, estudios de caso en México*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/40066>

- Castro Martínez, E., & Fernández de Lucio, I. (2020). *La innovación y sus protagonistas*. Los libros de la Catarata. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/233101>
- Chenet Zuta, M. E., Carbajal Arroyo, J. L., & Panta Monteza, M. D. (2024). Relación entre responsabilidad social empresarial y valor de marca en restaurantes peruanos. *Retos de la Dirección*, 18(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552024000100002&lng=es&tlng=es.
- Chu Rubio, M. (2020). *El ROI de las decisiones del marketing: un enfoque de rentabilidad*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/150845>
- Cordero Cueva, F. (2011). *Ley orgánica de economía y solidaridad*. Quito. <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>
- Corona Treviño, L. (2021). *Emprendimientos, financiamiento y legislación*. Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/191643>
- Declercq, C., & Sanz Bas, D. (2023). *Persona y sostenibilidad ecológica*. Dykinson. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/246625>
- Escalante Atan, O. B. (2024). *Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes de la Parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas, año 2023*. Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10866>
- Euformación Consultores S.L. (2023). *Gestión de residuos inertes. SEAG0108*. IC Editorial. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/233152>
- Fernández García, R. (2018). *La responsabilidad social corporativa como modelo de gestión empresarial*. LA LEY Soluciones Legales S.A. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/107179>
- Flores Pinoargote, J. P., & Morales Macias, R. C. (2024). *El estado de la responsabilidad social empresarial en el sector restaurantero de Santo Domingo*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/42208>
- Franco Tomalá, F. R. (2023). *Responsabilidad Social Empresarial en restaurantes post Covid-19 de la cabecera del Cantón Salinas*. Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9045>
- Galarza Ramírez, C. M., Saltos Nevárez, L. E., & Guijarro Intriago, R. V. (2024). *Metodología de la investigación educacional en el contexto de la enseñanza superior*. Editorial Tecnocientífica Americana. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/249554>
- García Gómez, A. M., Mancera Ortiz, L. F., Rojas Bonilla, Y. K., & Pulicio Bazurto, M. O. (2020). *Propuestas de intervención para el bienestar social*. UNIMINUTO. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/198405>

- Gil Sánchez, G. (2018). *Responsabilidad social corporativa: revisión crítica de una noción empresarial*. CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/52116>
- Gómez Ocampo, G. A., Grajales Gaviria, D. A., & Flórez Flórez, C. P. (2020). *Observatorio en delitos corporativos: una propuesta para la transparencia financiera y la responsabilidad empresarial*. Corporación Universitaria Remington. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/193878>
- González Cabrera, I. (2023). *Justicia y sostenibilidad*. Dykinson. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/251494>
- Gregorio Rojas, N. (2023). *Metodología de la investigación para anteproyectos*. Universidad Abierta para Adultos (UAPA). <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/229656>
- Gutiérrez Rodríguez, F. Á., López Calvajar, G. A., & Quintero Rodríguez, J. C. (2020). *Metodología de la investigación científica en las ciencias económicas y administrativas: indicaciones para el estudio, sistema de tareas y casos de estudio*. Editorial Universo Sur. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/171676>
- Juárez, C. (29 de Agosto de 2024). *México, el país más exigente con la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas*. The Logistic World: <https://thelogisticworld.com/planeacion-estrategica/mexico-el-pais-mas-exigente-con-la-responsabilidad-social-corporativa-de-las-empresas/>
- Kramer, M., & Porter, M. (2006). Estrategia y sociedad el vínculo entre ventajas competitiva y responsabilidad social corporativa. *Dialnet*, 84(12), 42-56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2190609>
- López De La O, W. J. (2024). *Responsabilidad social empresarial en el sector comercial del malecón de La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2023*. Universidad Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11713>
- López Martínez, C. A., & López Santos, Y. (2020). *Compromiso organizacional: reto de la empresa estatal socialista*. Editorial Feijóo. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/176868>
- Mendoza Vélez, C., & Loor Zambrano, H. (2023). Responsabilidad social empresarial: una herramienta para la gestión administrativa de las empresas públicas ecuatorianas. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 10(2), 107-126. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/download/804/517/2212>
- Merejildo Flores, T. I. (2023). *Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del Cantón Santa Elena, año 2022*. Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9310>
- Molero Suárez, L. M. (2024). *Casos empresariales desde una mirada académica responsable: investigación enfocada a empresas y sus necesidades gerenciales*. Editorial Politécnico Grancolombiano. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/279918>

- Morocho Román, Z. P., Pulla Carrión, E. V., & González Ramón, E. X. (2020). Responsabilidad social en el sector público del Ecuador. En M. D. Verdezoto Reinoso, *Responsabilidad social empresarial: Prácticas y perspectivas de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano* (págs. 32-50). Machala : Editorial UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15724>
- Naciones Unidas. (5 de Mayo de 2025). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Narváez Mercado, B., & Tapia Gutiérrez, A. (2020). *Retos del derecho frente al desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial en Colombia en el siglo XXI*. Corporación Universitaria del Caribe - CECAR. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/217573>
- Orellana Nirian, P. (1 de Mayo de 2020). *Método analítico*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>
- Organización Internacional de Normalización. (2010). *ISO 26000*. Guía de responsabilidad social: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Ormaza Andrade, J., Ochoa Crespo, J., Ramírez Valarezo, F., & Quevedo Vázquez, J. (2020). *Responsabilidad Social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030*. Universidad del Zulia. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/28063519009.pdf>
- Osorio Tinoco, F., Hernández Espallardo, M., & Rodríguez Orejuela, A. (2020). *Orientación al mercado y la ventaja competitiva: perspectiva de análisis*. Programa Editorial Universidad del Valle. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/189365>
- Pérez, L., Pérez, R., & Seca, M. V. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Maipue. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/138497>
- Plaza Casado, A. (2024). *Marketing socialmente responsable*. Dykinson. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/261604>
- Rodríguez, M. C., Dadón, J. R., & Busch, M. (2022). *Contaminación y ambiente: de eso no se habla... (2a. ed.)*. Ediciones del Aula Taller. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/227273>
- Sánchez Huarcaya, A. O., Revilla Figueroa, D. M., Alayza Degola, M., Sime Poma, L., Trelles de Peña, L. M., & Tafur Puente, R. (2020). *LIBRO LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN - MAESTRÍA 2020*. Maestría en educación PUCP. https://www.researchgate.net/publication/343426365_LIBRO_LOS_METODOS_DE_INVESTIGACION_-MAESTRIA_2020
- Sánchez Párraga, Á. V., & Zambrano Intriago, M. M. (2023). Implementación de la gestión contable en el crecimiento empresarial. *Revista científica multidisciplinaria*

Arbitraria Yachasun, 7(12), 275-285.

<https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/330>

Sánchez Riofrío, A. M. (2023). *La Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador*.

Universidad Espíritu Santo. <https://uees.edu.ec/descargas/libros/2023/la-responsabilidad-social-empresarial-en-ecuador.pdf>

Sauchelli, V. H. (2020). *Introducción a los sistemas de control digital*. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/174563>

Suárez Rodríguez, O., & Burgos Vera, B. (2018). Percepción y prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial: el caso de las pymes de Salinas, Santa Elena. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, 29-49.

Vidal Barba, G. V. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP*. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/7172>

Virginie, M. (2021). *Los caminos del reciclaje: todo lo que hay que saber (2a. ed.)*. Ned ediciones. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/218237>

Vizcaino Zúñiga, P. I., Cedeño Cedeño, R. J., & Maldonado Palacios, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Wulf Betancourt, E. (2018). *Responsabilidad social empresarial: un desafío corporativo*. Editorial ebooks Patagonia - Editorial Universidad de La Serena. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/190897>

Apéndice

Apéndice 1

Matriz de consistencia

Tema	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad, año 2024	Formulación del problema ¿De qué forma las prácticas Responsabilidad Social Empresarial contribuyen al desarrollo de los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad?	General Analizar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que contribuyen al desarrollo de los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial, del cantón La Libertad.	La implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial impulsará el desarrollo de ventaja competitiva en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad.	Responsabilidad Social Empresarial	Ambiental	Contaminación por desechos Conocimiento sobre reciclaje Gestión de residuos	Tipo Transversal
	Sistematización del problema ¿Cuál es la situación actual en los emprendimientos del sector gastronómico con la Responsabilidad Social Empresarial, casco comercial del cantón La Libertad?	Específicos Diagnosticar la situación actual en los emprendimientos del sector gastronómico con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, casco comercial, del cantón La Libertad.			Social	Reputación ante la sociedad Compromiso organizacional Bienestar social Financiamiento Rentabilidad	Enfoque Mixto (cuantitativo y cualitativo) Alcance Descriptivo Métodos Analítico Inductivo
	¿Cuáles son los factores que intervienen en la Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad?	Identificar los factores que intervienen en la Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico en el casco comercial, del cantón La Libertad.			Económico	Crecimiento empresarial	Población 305 emprendimientos
					Ética	Transparencia Cultura organizacional Sistema de control	Muestra 171 emprendimientos

¿Cuáles son las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial más adecuadas que requieren los emprendimientos del sector gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad?	Proponer las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial más adecuadas para los emprendimientos del sector gastronómico del casco comercial del cantón La Libertad.	Ventaja competitiva	Innovación Prácticas saludables Calidad del servicio	Técnicas de recolección Encuestas Entrevistas
--	---	---------------------	--	--

Apéndice 2

Cuestionario de encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA



Tema: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR GASTRONÓMICO, CASCO COMERCIAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2024.

Objetivo: Recaudar la información necesaria a través de la siguiente encuesta acerca de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad.

Instrucciones: la presente encuesta es confidencial y anónima, con fines investigativos. Sírvase en leer atentamente y marcar con una “X” la opción que considere correcta.

Datos generales:

Género Femenino Masculino Otro

Edad: _____

1. ¿Qué tan seguido separan los desechos del negocio en contenedores de reciclaje?

Siempre	Regularmente	A veces	Rara vez	Nunca

2. ¿Cuál de los siguientes materiales se recicla en el negocio?

Papel	Plástico	Orgánicos	Vidrio	Baterías

3. ¿De qué manera gestionan los residuos del negocio al final del día?

Uso de envases reutilizables	Separando los de residuos	Donación de alimentos sobrantes	Trituración de residuos de comida	No aplica

4. ¿Qué estrategias de RSE realiza para ofrecer una buena imagen del negocio ante la sociedad?

Uso de productos locales y orgánicos	Minimiza los desperdicios	Transparencia con los clientes	Publicidad honesta y responsable	No aplica

5. ¿Como motivan a los trabajadores para realizar prácticas de RSE dentro del negocio?

Involucrándolos en la toma de decisiones	Con premios y reconocimientos	A través de capacitaciones sobre RSE	Estableciendo metas sostenibles	No aplica

6. ¿Cómo considera que las prácticas de RSE actuales del negocio impacta en la comunidad?

Muy positivamente	Positivamente	Moderadamente	Negativamente	Muy negativamente

7. ¿De qué manera el negocio obtiene financiamiento para implementar prácticas de RSE?

Recursos propios	Crédito o préstamos bancarios	Apoyo gubernamental	Alianzas estratégicas con otros negocios	No aplica

8. ¿De qué manera considera que las prácticas de RSE impactarían en la rentabilidad el negocio?

Muy positivamente	Positivamente	Moderadamente	Negativamente	Muy negativamente

9. ¿Cómo consideraría el promedio de ventas al mes por implementar prácticas de RSE en el negocio?

Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo

10. ¿Cómo calificaría la transparencia en la información nutricional que recibe el cliente acerca del producto?

Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Por mejorar

11. ¿Como mantienen un ambiente laboral adecuado dentro del negocio?

Espacio de trabajo en orden y limpio	Comunicación clara y directa	Realizando actividades de integración	Delegación de responsabilidades	Premiando la innovación

12. ¿Qué tan frecuente se realiza un control de calidad en los procesos del negocio?

Siempre	Regularmente	A veces	Rara vez	Nunca

13. ¿En cuál de las siguientes opciones de RSE ha invertido el negocio en los últimos años?

Menú sostenible y responsable	Equipos de cocina de bajo consumo energético	Uso de envases biodegradables	Contrato de personas vulnerables	No aplica

14. ¿Cuál de las siguientes medidas aplica con más frecuencia el personal encargado de preparar los alimentos en el negocio?

Uso de guantes para manipular los ingredientes	Limpieza de superficies y utensilios	Almacenamientos de comida adecuado	Control de plagas	Revisión constante de fechas de caducidad

15. ¿Cuál de las siguientes opciones ofrece para satisfacer a los clientes que consumen en el negocio?

Producto de calidad	Tiempos de espera reducidos	Personal atento y amable	Infraestructura impecable y agradable	Diversificación de productos

Apéndice 3

Guía de entrevista



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA



Tema: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR GASTRONÓMICO, CASCO COMERCIAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2024.

Objetivo: Recolectar información acerca de la responsabilidad social empresarial a través de la siguiente entrevista dirigida hacia los gerentes de los emprendimientos del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad.

Datos generales:

Nombre:

Edad:

Género:

Cargo:

1. ¿Qué opina sobre la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en los negocios gastronómicos?
2. ¿Cómo aplica una buena gestión de residuos dentro del negocio?
3. ¿Considera necesario contratar nuevos trabajadores encargados única y exclusivamente a la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial?
4. ¿Qué opina sobre llevar una comunicación abierta entre los distintos niveles jerárquicos dentro del negocio?
5. ¿En qué área de la responsabilidad social empresarial capacitaría a los trabajadores para contribuir a la comunidad?
6. ¿Cómo motivaría a los trabajadores para implementar prácticas de responsabilidad social empresarial dentro de las actividades del negocio?
7. ¿Cómo adaptaría las actividades del negocio para que contribuyan al bienestar social?

8. ¿Qué estrategias realiza para mantener al cliente satisfecho?
9. ¿Cómo la responsabilidad social empresarial benefició al posicionamiento del negocio sobre las demás competencias?
10. ¿Qué estrategias o acciones ha realizado para fortalecer la responsabilidad social empresarial en el negocio?

Apéndice 4

Validación de los 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 del sector Gastronómico, casco comercial del cantón La Libertad, año 2024.”**, planteado por el/la estudiante **Ariel Santiago Lindao Aquino** con cédula de identidad # **2400012908**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Cuestionario de Encuesta
2. Guía de Entrevista

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, 27 de mayo de 2025.

Libi
Caamaño

Firmado digitalmente por Libi Caamaño
DN: cn=Libi Caamaño, o=UPSE, ou=UPSE, email=libi.caamaño@upse.edu.ec, c=EC
Motivo: Soy el autor de este documento
UPSE/ASOC
Fecha: 2025.05.28 11:09:05:00

Ing. Libi Carol Caamaño López, Mgt.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Apéndice 5*Oficio del cuerpo de bomberos del cantón La Libertad***CUERPO DE BOMBEROS DE LA LIBERTAD**
“JOSUE ROBLES BODERO”
LA LIBERTAD - SANTA ELENA – ECUADOR

Oficio No. CBCLL/035/2025

La Libertad, 21 de mayo del 2025

Señora.
Ing. Sabina Villon Perero
Profesora Tutora
Carrera Administración de Empresas

En su Despacho. -

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo de parte del personal de oficiales y tropa del Cuerpo de Bomberos del Cantón La Libertad.

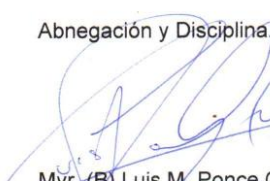
El motivo del presente es para indicarle a usted que de acuerdo al Oficio- ADE-SGVP-22-2025 que se entregó en la secretaria institucional donde solicita se proporcione un listado de los emprendimientos y/o negocios pertenecientes al sector gastronómica del Cantón La Libertad, para el proyecto de titulación del señor Ariel Lindao Aquino, informo a usted que, Adjunto en archivo digital la información solicitada.

Cabe indicar que esta información tiene que ser utilizada únicamente para el trabajo académico del cual están indicando proyecto de titulación "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR GASTRONOMICO, EN EL CASCO COMERCIAL DEL CANTON LA LIBERTAD, AÑO 2024". Cualquier otro uso de la información proporcionada será bajo su responsabilidad.

Sin otro particular, reitero mis sentimientos de alta consideración y estima.

Atentamente.

Abnegación y Disciplina


Myr. (B) Luis M. Ponce Gil
Primer Jefe
CC: archivo.



Dirección: avenida 9 de octubre y calle 22 esquina
Teléfono: 042785237 – 042785562 Telefax: 042781561
E-mail: bomberoslibertad@outlook.com

Apéndice 6

Evidencia de encuesta en Jotform

Tema: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR GASTRONÓMICO, CASCO COMERCIAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2024.

Objetivo: Recaudar la información necesaria a través de la siguiente encuesta acerca de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del sector gastronómico en el casco comercial del cantón La Libertad.

Instrucciones:

La presente encuesta es confidencial y anónima, con fines investigativos. Sírvase en leer atentamente y marcar con una "X" la opción que considere correcta.

Género:

Femenino
 Masculino
 Otro

Edad:


Apéndice 7

Base de datos en SPSS

	Género	Edad	Pregunta_1	Pregunta_2	Pregunta_3	Pregunta_4	Pregunta_5	Pregunta_6	Pregunta_7	Pregunta_8	Pregunta_9	Pregunta_10	Pregunta_11
1	Masculino	21	Regularmente	Plástico	Trituración de resid...	Transparencia con ...	Con premios y rec...	Moderadamente	No aplica	Positivamente	Medio	Regular	Realizando
2	Masculino	22	Regularmente	Papel	Donación de alime...	Publicidad honesta...	Involucrándolos en ...	Muy positivame...	Recursos propios	Muy positiva...	Alto	Buena	Espacio de
3	Masculino	22	A veces	Orgánico	Uso de envases re...	Publicidad honesta...	Con premios y rec...	Positivamente	Recursos propios	Moderadam...	Alto	Excelente	Espacio de
4	Masculino	21	A veces	Plástico	Separando los de r...	Minimiza los desp...	Estableciendo met...	Muy positivame...	Recursos propios	Positivamente	Alto	Excelente	Comunicaci
5	Masculino	23	A veces	Papel	Trituración de resid...	Transparencia con ...	Involucrándolos en ...	Muy positivame...	Recursos propios	Positivamente	Muy alto	Excelente	Delegación
6	Masculino	25	A veces	Vidrio	Separando los de r...	Publicidad honesta...	Con premios y rec...	Moderadamente	Recursos propios	Moderadam...	Alto	Muy buena	Espacio de
7	Masculino	25	A veces	Orgánico	Uso de envases re...	Minimiza los desp...	Involucrándolos en ...	Positivamente	Recursos propios	Moderadam...	Muy alto	Excelente	Comunicaci
8	Femenino	25	Siempre	Papel	Separando los de r...	Transparencia con ...	Con premios y rec...	Positivamente	Recursos propios	Positivamente	Muy alto	Muy buena	Comunicaci
9	Femenino	24	Siempre	Orgánico	Separando los de r...	Transparencia con ...	Involucrándolos en ...	Muy positivame...	Recursos propios	Positivamente	Muy alto	Excelente	Espacio de
10	Femenino	26	Siempre	Plástico	Separando los de r...	Minimiza los desp...	A través de capaci...	Muy positivame...	Recursos propios	Muy positiva...	Medio	Muy buena	Espacio de
11	Masculino	26	Regularmente	Plástico	Separando los de r...	Transparencia con ...	Involucrándolos en ...	Muy positivame...	Recursos propios	Muy positiva...	Medio	Muy buena	Comunicaci
12	Femenino	25	Siempre	Plástico	Donación de alime...	Publicidad honesta...	Con premios y rec...	Positivamente	Recursos propios	Moderadam...	Medio	Muy buena	Espacio de
13	Masculino	23	Regularmente	Plástico	No aplica	Minimiza los desp...	Estableciendo met...	Moderadamente	Recursos propios	Positivamente	Medio	Regular	Espacio de
14	Masculino	22	Regularmente	Plástico	Separando los de r...	No aplica	Con premios y rec...	Moderadamente	Recursos propios	Positivamente	Medio	Muy buena	Delegación
15	Masculino	22	A veces	Vidrio	No aplica	Publicidad honesta...	Con premios y rec...	Moderadamente	Recursos propios	Muy positiva...	Medio	Muy buena	Espacio de
16	Femenino	22	Siempre	Papel	Uso de envases re...	Transparencia con ...	Estableciendo met...	Muy positivame...	Recursos propios	Muy positiva...	Medio	Muy buena	Comunicaci
17	Femenino	22	Siempre	Orgánico	Trituración de resid...	Minimiza los desp...	Involucrándolos en ...	Muy positivame...	Recursos propios	Muy positiva...	Medio	Muy buena	Comunicaci
18	Femenino	23	A veces	Plástico	Separando los de r...	Minimiza los desp...	Con premios y rec...	Muy positivame...	Recursos propios	Positivamente	Medio	Muy buena	Comunicaci
19	Masculino	23	Regularmente	Vidrio	Donación de alime...	Minimiza los desp...	Estableciendo met...	Positivamente	Recursos propios	Positivamente	Medio	Muy buena	Espacio de
20	Masculino	23	Siempre	Papel	Uso de envases re...	Minimiza los desp...	Estableciendo met...	Positivamente	Recursos propios	Positivamente	Medio	Muy buena	Espacio de
21	Femenino	24	Siempre	Orgánico	Uso de envases re...	Transparencia con ...	Estableciendo met...	Muy positivame...	Recursos propios	Positivamente	Medio	Muy buena	Espacio de
22	Femenino	25	Regularmente	Plástico	Separando los de r...	Publicidad honesta...	Con premios y rec...	Positivamente	No aplica	Positivamente	Medio	Muy buena	Espacio de

Apéndice 9

Certificado de Antiplagio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

LINDAO AQUINO ARIEL SANTIAGO

3% Textos sospechosos

3% Similitudes


- < 1% similitudes entre comillas
- 0% entre las fuentes mencionadas
- < 1% Idiomas no reconocidos
- 0% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: LINDAO AQUINO ARIEL SANTIAGO.docx
ID del documento: 9a342757c11290a4327568527a0150704419f593
Tamaño del documento original: 529,66 kB


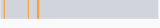
Depositante: SABINA GISELLA VILLON PERERO
Fecha de depósito: 13/6/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 13/6/2025

Número de palabras: 19.444
Número de caracteres: 127.997

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.redalyc.org Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje d... https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/28063519009.pdf 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (110 palabras)
2	scielo.sld.cu Relación entre responsabilidad social empresarial y valor de marca... http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=52306-91552024000100002 15 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (92 palabras)

Apéndice 10

Encuestas a los trabajadores del sector gastronómico



Nota. Encuesta a trabajador de emprendimiento en el casco comercial del cantón La Libertad.



Nota. Encuesta a trabajadora de emprendimiento en el casco comercial del cantón La Libertad.

Apéndice 11

Entrevista a las administradoras de los negocios del sector gastronómico



Nota. Entrevista dirigida a la administradora del establecimiento Alitas Xtremas.



Nota. Entrevista dirigida a la administradora del restaurante y cafetería Natural Coffee.



Nota. Entrevista dirigida a la propietaria del establecimiento Ta' bueno.